



FACULTÉ DES
**LETTRES
& SCIENCES
HUMAINES**

/ LES FACULTÉS DE L'UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LILLE /



FIT RETAIL

Antoine GANDELIN

STAGE – RÉDACTEUR WEB

Effectué du 2 avril au 18 juillet 2024



Tutrice de stage : Carmel MC DONALD

Master Humanités numériques, parcours Communication numérique

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je souhaiterais remercier ma tutrice, Carmel MC DONALD (Chargée RH et Marketing), pour sa confiance et sa bienveillance depuis mon arrivée. Son accompagnement ainsi que son soutien en tant que manager ont été précieux durant ce stage.

Mes remerciements iront aussi à Manon VEÏSSE (Chargée de recrutement), la première interlocutrice que j'ai rencontré chez Fit Retail. Elle a su me mettre à l'aise dès le premier entretien et j'ai vraiment apprécié la façon dont elle a préparé mon intégration avec Carmel dès le premier jour. Nos échanges ont toujours été de grande qualité.

Je remercie également Sarah DERANCOURT (Chargée de communication) pour sa gentillesse et sa sympathie. Ce fut un grand plaisir de pouvoir collaborer avec elle sur différentes actions de communication et de marketing comme la sortie du nouveau site Web de Fit Retail par exemple.

J'ai eu la chance de rejoindre une équipe vraiment exceptionnelle où la bonne humeur règne chaque jour. Je n'oublierai jamais les projets sur lesquels nous avons travaillé ensemble, ni tous les bons moments passés au sein de l'agence et en dehors.

Enfin, un grand merci à tout le reste de l'équipe (consultants, managers et stagiaires/alternants) pour leur superbe accueil. J'ai pu rencontrer des personnes formidables et j'ai beaucoup appris tant sur le plan humain que professionnel grâce à eux.

« J'ai recruté Antoine dans le cadre de son stage chez Fit Retail. C'est une personne très agréable et souriante au quotidien. Ses posts LinkedIn sont très professionnels et Antoine aime rester en veille sur son domaine. Bravo ! »

Manon VEÏSSE, Recruiter & HR Officer

« Antoine a réalisé un stage de 3 mois au sein de notre équipe Marketing & Communication. Il a pu avoir des missions variées (rédaction articles, SEO, reportages événementiels, BDD CRM...). Antoine s'est rapidement intégré dans l'équipe et a fait preuve d'une grande motivation dans ses missions. C'était un plaisir de collaborer sur nos différents projets. »

Carmel MC DONALD, HR & Marketing Manager

« Ravie d'avoir accueilli Antoine au sein de l'équipe com' de Fit Retail pendant ces quelques mois. Antoine s'est rapidement adapté à notre environnement et s'est montré motivé à travailler sur les missions que nous lui avons confié avec Carmel : création de contenu pour les réseaux sociaux, travail sur le site internet à travers notamment la remise à niveau de nos articles, leur optimisation SEO, les traductions en anglais, etc... Il a géré ses tâches avec rigueur et autonomie, c'était appréciable ! Je lui souhaite beaucoup de réussite dans sa carrière. »

Sarah DERANCOURT, Communication Manager

SOMMAIRE

PAGES

02. REMERCIEMENTS

04. INTRODUCTION

05. DÉVELOPPEMENT

12. CONCLUSION

20. BIBLIOGRAPHIE

22. ANNEXES

23. FICHE D'ÉVALUATION DU STAGE



INTRODUCTION



Ce rapport a pour objectif de présenter en détail le bilan de mon stage au sein du cabinet d'expertise Fit Retail, situé à Marcq-en-Barœul dans la métropole lilloise. Au cours de cette période, j'ai eu l'opportunité d'acquérir une expérience précieuse et enrichissante en tant que Rédacteur Web pendant plus de trois mois. Ce poste m'a permis de développer mes compétences en rédaction Web et de me perfectionner dans le domaine du SEO, voie dans laquelle je souhaite m'orienter à l'issue de mes études.

Pendant ce stage, j'ai pu réaliser des missions riches et variées telles que de l'optimisation SEO pour le nouveau site internet, de la rédaction d'articles Web ou encore de publications LinkedIn liés à l'actualité et aux différentes expertises du cabinet.

Dans le cadre de ce rapport, je vais donc vous présenter l'ensemble de mon expérience chez Fit Retail. Tout d'abord, je vous présenterai le cabinet d'expertise, en parlant de ses particularités et de son secteur d'activité. Je mettrai également l'accent sur l'organisation de la structure, le service dans lequel j'ai évolué en stage ainsi que son fonctionnement. Par la suite, je vous ferai part des modes de management, de relations entre les équipes ainsi que le public visé.

Ce rapport se basera sur la question fil rouge suivante : "Quel est le rôle d'un Rédacteur Web au sein d'un cabinet de conseil comme Fit Retail ?". Ainsi, je détaillerai les différentes missions qui m'ont été confiées, en explicitant les objectifs et les résultats obtenus. Je partagerai également les défis rencontrés et les solutions apportées pour les surmonter.

Enfin, je conclurai ce rapport en évoquant les compétences acquises et les enseignements tirés de cette expérience, ainsi que mes perspectives futures.

Bonne lecture !

DÉVELOPPEMENT

A. LE CABINET D'EXPERTISE : FIT RETAIL

1. PRÉSENTATION



Créé en **2018**, Fit Retail est un **cabinet d'expertise et d'accompagnement à la mise en œuvre des solutions de digitalisation de l'information produit** pour les secteurs de la **Mode** (Luxe et Prêt-à-porter), du **Retail** et de la **Cosmétique**. L'entreprise a pour ambition de **mettre l'innovation au service des enjeux business de ses clients** et de **libérer la créativité de leurs équipes** d'où le slogan : *"Enjoy technology, boost creativity"*.

Situé en **France** et en **Allemagne**, Fit Retail travaille avec une large clientèle européenne sur de nombreux projets, grâce à ses différentes expertises telles que :

- **L'implémentation de logiciels PLM** : Intégration, configuration et maintenance du PLM ainsi qu'un partenariat avec l'éditeur de logiciel n°1 sur le marché européen : Centric Software.
- **L'architecture du Système d'Information** : Accompagner le client dans l'optimisation de la performance de son SI et assurer la disponibilité des applicatifs.
- **La conception de produits 2D & 3D** : Accompagnement dans la mise en place de logiciels de conception tels que la suite Adobe (InDesign, Illustrator), Clo 3D, Browzwear ou encore Assyst avec une équipe design et des consultants formateurs.

Les différentes offres de Fit Retail sont les suivantes :

- **Offre "Conseil"** : Sécurisation des projets digitaux liés au développement produit (de l'audit à la phase de cadrage, en passant par le benchmark) pour garantir leur succès.
- **Offre "Delivery"** : Accompagnement spécialisé lors du déploiement d'un logiciel PLM et/ou lors d'une migration éventuelle grâce à des consultants experts du domaine.
- **Offre "Support"** : Résolution des problématiques quotidiennes, gestion des demandes d'évolutions et/ou lancement de nouveaux projets pour garantir la performance du logiciel PLM.

En **2023**, Fit Retail est devenu **organisme de formation certifiée Qualiopi** en lançant la **Fit Academy**, une toute nouvelle offre visant à **accompagner les professionnels de la Mode, du Retail et de la Cosmétique dans la prise en main de logiciels PLM & 2D/3D**. Les formations sont **personnalisées** en fonction du besoin client et permettent aux équipes d'exploiter au mieux ces outils qu'ils utilisent au quotidien.



2. LA CULTURE DE L'ENTREPRISE

Fit Retail est un cabinet d'expertise ayant pour objectif de **créer une expérience différente du conseil pour ses clients et ses collaborateurs**. En effet, l'entreprise se réinvente chaque jour pour garantir au mieux ses engagements.

Le modèle de l'entreprise se veut **durable** avec une croissance très mesurée. En effet, ce qui m'a agréablement surpris est que les équipes prennent le temps pour chaque recrutement et intègrent chaque nouveau collaborateur avec attention. De plus, ils proposent également des **parcours de formations et d'accompagnement** pour permettre aux équipes de **monter en compétences**.

Fit Retail possède des **valeurs fortes et partagées** par l'ensemble des équipes. Au quotidien, ils mettent tout en œuvre pour avoir un **climat bienveillant**, où la **proximité** est primordiale chez eux.



EXPERTISE



COHÉSION



OUVERTURE



CONVIVIALITÉ

3. LES CHIFFRES CLÉS

- **3** bureaux situés dans les villes de Lille, Paris et Munich
- **54** collaborateurs passionnés en France et en Europe
- **9** managers de proximité
- **5** millions d'euros de Chiffre d'Affaires (CA) en 2023



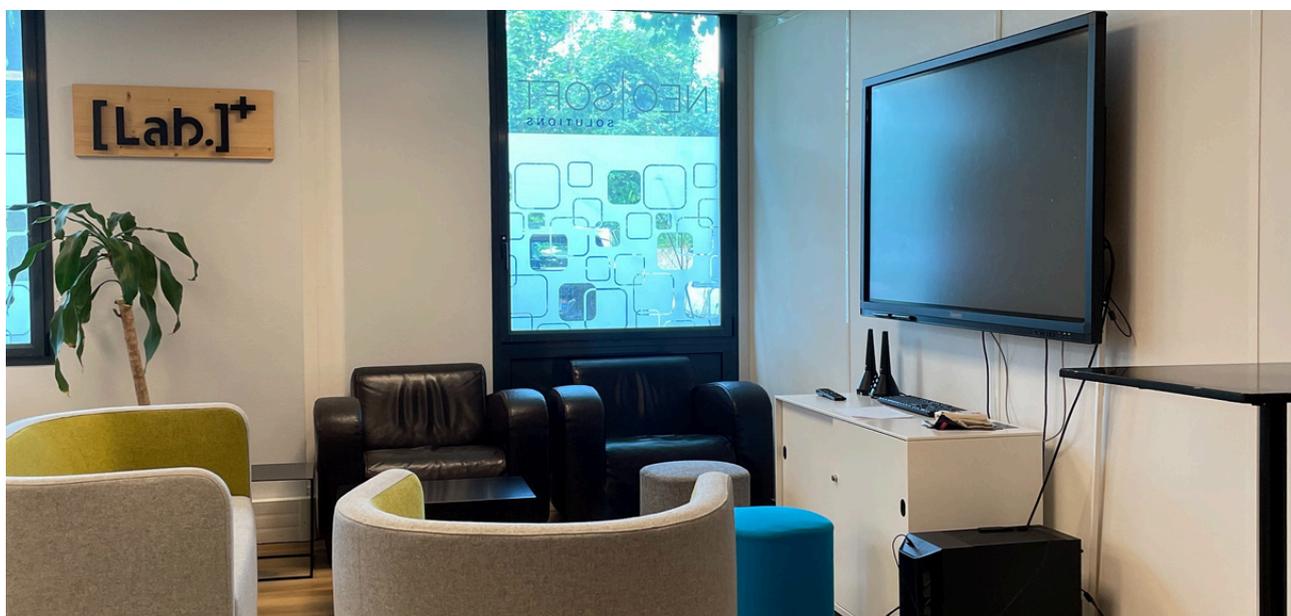
4. POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ

En tant que **cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement de la digitalisation de l'information produit**, Fit Retail occupe une **position de niche** sur son marché. Cette spécialisation permet à l'entreprise de répondre aux besoins et aux enjeux de ces secteurs, offrant des **solutions sur mesure** pour **maximiser leur efficacité et leur cohérence**.

En se concentrant exclusivement sur ces industries, Fit Retail développe une **expertise approfondie et des compétences spécifiques** permettant d'avoir un avantage concurrentiel sur les autres cabinets de conseil. Les principaux piliers du positionnement de Fit Retail se traduisent par son **expertise technologique (PLM et 3D) et son expertise sectorielle (Mode, Retail et Cosmétique)**. De plus, l'entreprise a noué des partenariats stratégiques avec les éditeurs de logiciels les plus reconnus sur le marché, afin d'assurer le niveau de compétence des consultants. Fit Retail est notamment partenaire avec **Centric Software** et **Lectra** pour la **partie PLM** et avec **Browzwear, DMix et Vizoo** pour la **partie 3D**.

L'entreprise comprend que chaque client a des **besoins et des objectifs spécifiques**. Ainsi, Fit Retail développe des **solutions sur mesure**, parfaitement adaptées aux exigences de chaque entreprise. Cette capacité à offrir des services personnalisés renforce la **satisfaction des clients** et la **notoriété du cabinet**. Que ce soit pour une marque de luxe, une enseigne de prêt-à-porter, un détaillant ou une entreprise de cosmétique, Fit Retail adapte ses solutions pour **répondre aux spécificités de chaque secteur**.

L'innovation technologique est également au coeur du positionnement de Fit Retail. En effet, l'entreprise est engagée dans une **démarche d'amélioration constante de ses services et de ses solutions**. En anticipant les **tendances du marché** et en intégrant les dernières **innovations technologiques (PLM, 3D, IA...)**, Fit Retail aide ses clients à **rester compétitifs** et à **innover dans leurs stratégies de transformation digitale**.



5. LA STRUCTURE DES ÉQUIPES

Fit Retail possède **3 bureaux** différents dont **deux en France** (à Lille et à Paris) et **un en Allemagne** (à Munich). Il y a au total **54 collaborateurs** au sein de **Fit Retail France** et **10 collaborateurs** au sein de **Fit Retail GmbH**.

Il existe **deux typologies de postes** chez Fit Retail :

- **L'équipe structure (Ressources Humaines, Communication, Marketing, Comptabilité, Informatique...)** : ces fonctions sont au service de l'entreprise avec des collaborateurs à 100% de leurs temps.
- **L'équipe transverse (Team Manager, Training Manager, Delivery Manager...)** : ces fonctions sont une partie de leur temps, au service des équipes et des projets et sur l'autre, en mission de Consulting (voir les offres de Fit Retail précédemment).



6. LES DIFFÉRENTS SERVICES



Direction	En charge de toute la supervision de Fit Retail, le service se compose de deux Chief Executive Officer (CEO) : un pour le pôle France et un autre pour le pôle Allemagne.
Ressources humaines	Le service des ressources humaines coordonne l'ensemble des problématiques liées au personnel et à la gestion de l'humain. Il se compose d'une responsable RH basée à Lille.
Marketing & Communication	Le service Marketing & Communication couvre l'intégralité de la communication interne et externe de Fit Retail. Il se compose d'une chargée de marketing, d'une chargée de communication et d'un rédacteur Web (en stage) basés à Lille.
Administration	Le pôle administratif s'occupe des fiches de salaires, des feuilles de temps sur Boond Manager et de la gestion du back-office. Il se compose d'une Office Manager basée à Lille.
Informatique	La gestion du parc informatique est contrôlée par un IT Leader en alternance et d'un délégué à la protection des données personnelles basés à Lille.
Recrutement	Une personne est en charge du recrutement chez Fit Retail afin d'assurer les premiers entretiens et l'arrivée de nouveaux collaborateurs au sein de l'entreprise. Elle est basée dans l'agence de Lille.
Métier	Les consultants métiers s'occupe de faire la liaison entre la partie métier (le client) et la partie technique (les consultants experts).
Technique	Les consultants techniques s'occupent de réaliser les expertises de Fit Retail et les solutions à apporter aux clients.

DÉVELOPPEMENT

B. LE SERVICE MARKETING & COMMUNICATION

J'ai effectué mon stage de Master 1 au sein du service Marketing & Communication de Fit Retail. Il y a **3 personnes** au total pour s'occuper des actions de marketing et de communication au sein de l'entreprise. Nous sommes également tous basés à Lille dans l'agence de Marcq-en-Baroeul.



Antoine GANDELIN
Rédacteur Web

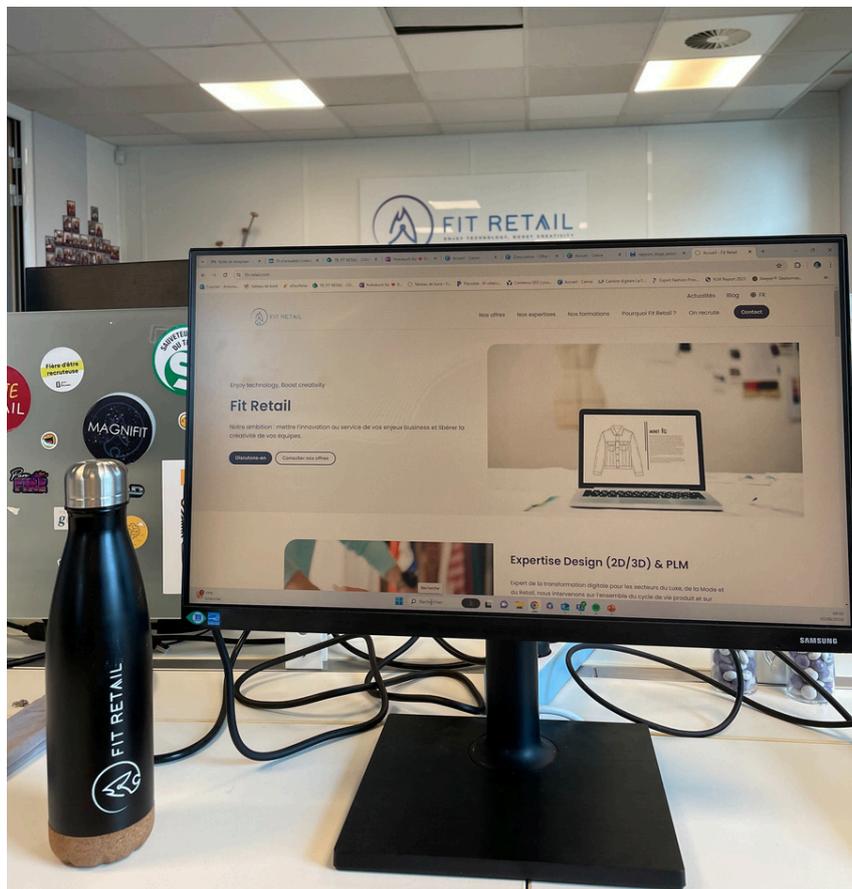


Carmel MC DONALD
Chargée RH &
Marketing



Sarah DERANCOURT
Chargée de
communication

POSTE DE TRAVAIL



DÉVELOPPEMENT

C. LES MISSIONS RÉALISÉES



Rédaction et optimisation d'articles Web

Rédiger de nouveaux articles Web ou optimiser des articles déjà existants, liés aux actualités et aux compétences de Fit Retail. L'objectif est d'écrire des articles correctement optimisés pour les moteurs de recherche via l'outil "YourText.Guru" en se concentrant sur des mots-clés spécifiques, tout en respectant l'expérience utilisateur du lecteur.



Optimisation SEO du site Internet

Optimiser le référencement naturel pour la refonte du site Web de Fit Retail via le plugin Wordpress "Yoast SEO". Le but est d'optimiser au maximum le contenu des différentes pages et des différents articles du site pour apparaître parmi les meilleurs résultats de recherche sur le mot clé choisi, tout en incitant l'utilisateur à passer à l'action en cliquant.



Rédaction de publications LinkedIn

Rédaction de publications pour le compte LinkedIn de Fit Retail afin d'accompagner la chargée de communication dans la stratégie de contenu sur les réseaux sociaux. L'objectif est d'écrire différents posts afin de promouvoir les pages principales du nouveau site internet de l'entreprise et inciter les utilisateurs à cliquer sur la page concernée.



Participation à la stratégie de contenu

Participer à la stratégie de contenu sur les différents canaux de communication (site internet, réseaux sociaux, etc.) avec l'équipe de Marketing & Communication. Le but est d'être force de proposition sur de nouvelles idées ou de nouveaux contenus à créer à l'avenir : articles, livres blancs, retour d'expérience, etc.



Veille informationnelle sur le secteur du Fashion

Suivre les actualités du marché et être en veille constamment sur le secteur du Fashion. Cela permet de mieux comprendre les expertises et les enjeux de Fit Retail pour réaliser au mieux les autres missions.

Je vais vous détailler principalement les deux premières missions ci-dessus car il s'agit de celles qui m'ont consacré le plus de temps lors de ce stage...

DÉVELOPPEMENT

C. LES MISSIONS RÉALISÉES

1. RÉDACTION ET OPTIMISATION D'ARTICLES WEB



Identification de la problématique :

La rédaction d'articles Web chez Fit Retail vise à écrire différents articles sur les actualités ainsi que sur les offres et expertises de l'entreprise. La principale problématique réside dans la nécessité de créer du contenu attractif pour le site internet de Fit Retail tout en respectant les normes d'optimisation pour le référencement naturel (SEO). Pour mener à bien cette mission, je me suis servi de "YourText.Guru", un outil d'optimisation de contenu SEO. L'entreprise a payé pour obtenir certaines fonctionnalités de l'outil afin que je puisse optimiser correctement les différents contenus. L'équipe m'a également confié la responsabilité de les former sur l'outil à l'aide d'un support de présentation (voir annexes).

Analyse et mise en place de solutions :

La démarche mise en œuvre dans le cadre de cette mission commence par une analyse approfondie des besoins de l'entreprise. Il est essentiel de comprendre les objectifs de Fit Retail, les attentes de son public cible et les tendances actuelles du marché. Une fois ces éléments définis, la phase suivante consiste à effectuer une recherche de mots-clés pertinente afin d'optimiser le référencement naturel des articles. Ensuite, il est crucial de structurer le contenu de manière à le rendre attractif et engageant pour les lecteurs tout en respectant les bonnes pratiques SEO. Cela inclut l'utilisation de titres accrocheurs (titre h1), de sous-titres clairs (titres h2, h3, etc.), et d'une répartition judicieuse des différents mots-clés tout au long du texte. La qualité des informations fournies doit être irréprochable, avec des données vérifiées et mises à jour ainsi qu'un style d'écriture fluide et accessible (courts paragraphes).

Pour garantir l'efficacité de cette stratégie, une veille concurrentielle régulière est nécessaire afin de s'inspirer des meilleures pratiques du secteur et d'ajuster les contenus en conséquence. De plus, l'analyse des performances (KPIs) des articles déjà publiés permettra d'identifier les points forts et les axes d'amélioration. Enfin, il est important de favoriser l'interaction avec les lecteurs en intégrant par exemple des appels à l'action (boutons, liens, etc.) pour inciter à consulter le reste du site ou prendre contact avec l'entreprise. Cela contribuera non seulement à améliorer le référencement naturel mais aussi à créer de l'attractivité pour Fit Retail et son site Web.

Succès et bonnes pratiques :

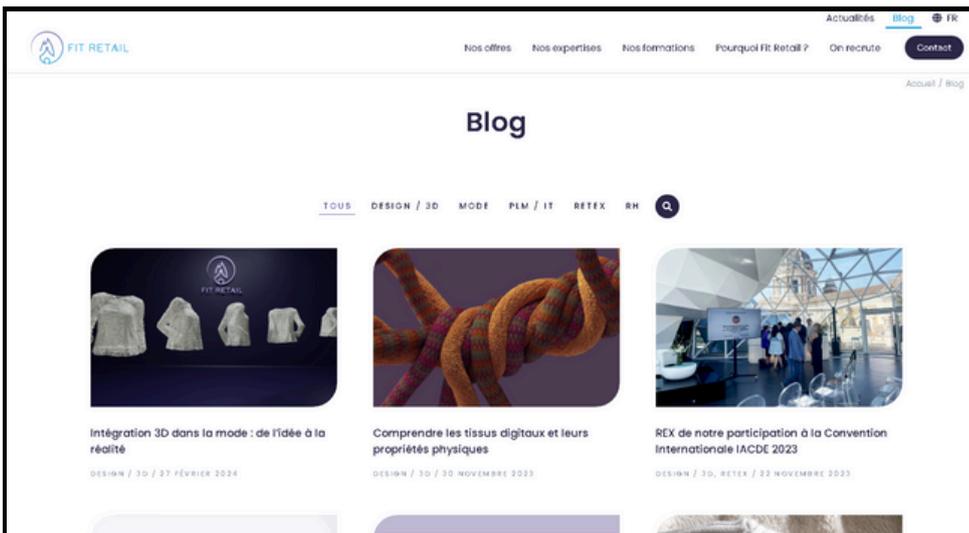
Parmi les bonnes pratiques de rédaction et d'optimisation d'articles Web, qui ont contribué au succès de cette mission, on peut citer :

- **Rechercher des mot clés pertinents** : Il s'agit de la première étape à réaliser avant de commencer à rédiger un article Web. En effet, il est important de savoir quel mot clé est pertinent pour se positionner dessus afin d'avoir une place idéale dans la SERP. Ensuite, cela permet de susciter l'intérêt des utilisateurs sur le site de Fit Retail pour potentiellement les convertir en prospects. De plus, il s'agit d'un marché de niche et il est donc très important de trouver la requête idéale pour garantir le meilleur résultat.
- **Apporter de la valeur ajoutée au lecteur** : En plus de respecter les normes SEO, l'article doit être rédigé de façon à apporter quelque chose d'intéressant aux yeux du lecteur. En effet, il faut comprendre l'intention de recherche de l'utilisateur pour qu'il soit attiré et intéressé par l'article ainsi que le sujet traité.
- **Identifier le champ sémantique autour du sujet traité** : Il est important de connaître tout le champ lexical lié au sujet que l'on va traité dans l'article afin d'intégrer les bons termes.
- **Structurer correctement l'article** : En SEO, il est primordial de rédiger un article correctement structuré avec un titre principal (h1), des titres secondaires (h2, h3, etc.) et des courts paragraphes.
- **Adapter la longueur de l'article** : Il ne faut pas avoir un article trop court mais pas trop long non plus. En effet, il faut prendre en compte la taille de l'article en rédigeant de courts paragraphes et en aérant au maximum le texte pour que ce soit correctement lisible.
- **Améliorer le maillage interne** : Au niveau du SEO, un critère principal à prendre compte est le maillage interne. Il est obligatoire d'ajouter des liens (internes) vers votre site afin d'optimiser au maximum le référencement naturel de votre article ainsi que de votre site Web. Cela peut être un lien vers une expertise/offre de Fit Retail, vers la page de contact...
- **Ajouter des visuels/contenus à l'article** : Pour rendre l'article plus esthétique, il faut faire en sorte d'ajouter des images ou tout type de contenus permettant d'illustrer l'article (infographie, capture d'écran, gif, etc.).
- **Optimiser la meta title, la meta description et l'URL** : Pour finir, les bases du SEO avec l'optimisation du titre, de la meta description ainsi que de l'URL de l'article qui doit être correctement réalisé pour attirer du trafic vers le site Web.

Axes d'amélioration :

En ce qui concerne les axes d'amélioration, il est important d'analyser les performances des articles après leur publication (KPIs). Cela permet d'identifier les points faibles et de les rectifier pour les futurs articles. De plus, il est essentiel de mettre en place un suivi régulier des tendances du marché et des attentes des lecteurs. En restant à l'écoute des évolutions et des nouvelles pratiques, on peut adapter le contenu de manière proactive et innovante. L'utilisation d'outils d'analyse de données peut également fournir des insights précieux pour mieux comprendre les comportements et préférences des lecteurs.

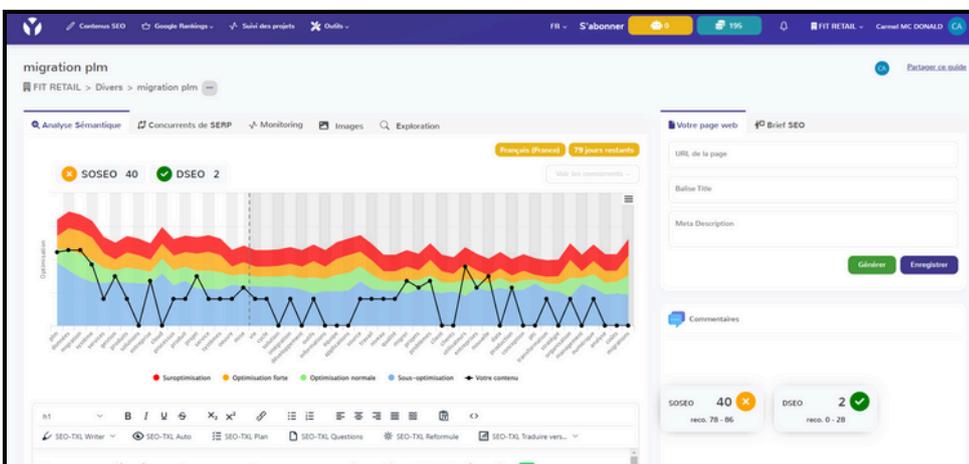
Par ailleurs, encourager la collaboration au sein de l'équipe peut améliorer la qualité des articles. Le partage d'idées et de perspectives différentes enrichit le contenu et permet de couvrir les sujets de manière plus exhaustive. Enfin, il ne faut pas oublier l'importance de la relecture et de la correction avant la publication. Un œil attentif aux détails peut faire toute la différence en termes de clarté, de précision et de professionnalisme des articles. En adoptant une approche rigoureuse et méthodique, on peut s'assurer que chaque publication sera de haute qualité et répondra aux attentes des lecteurs.



Capture d'écran du blog de Fit Retail via le nouveau site Web



Scannez ce QR Code pour aller vers le site Web



Capture d'écran de l'outil SEO "YourText.Guru"



Scannez ce QR Code pour aller vers l'outil

Rédaction d'un retour d'expérience sur les Innovation Days 2024 by Fit Retail

Lors de mon stage, j'ai eu l'opportunité de participer le jeudi 6 juin 2024 aux Innovation Days by Fit Retail. Il s'agit d'une journée de conférences liées aux nouvelles technologies (en particulier sur les expertises PLM & 3D de l'entreprise) organisée par l'entreprise. Elle permet de réunir des clients et professionnels des secteurs de la Mode (Luxe & Prêt-à-porter), du Retail et de la Cosmétique. Le but est d'échanger sur de nouvelles idées et solutions afin d'aller plus loin dans leurs projets. Cette année, l'événement s'est déroulé à Comets Meeting, situé Place de la Victoire dans le deuxième arrondissement de Paris.

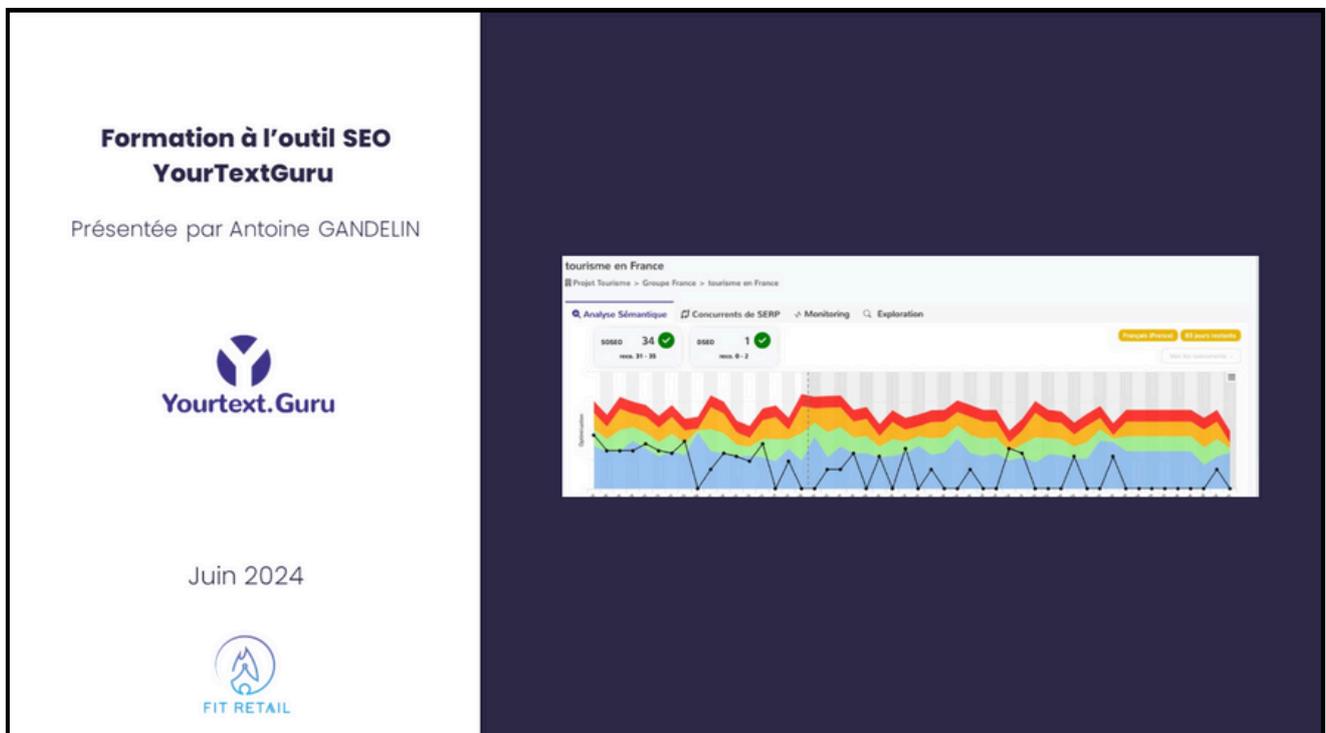


Cette journée a été extrêmement enrichissante et m'a fait réaliser l'importance de l'innovation technologique dans ces domaines d'activité. En tant que Rédacteur Web, ma mission a été de rédiger un retour d'expérience sur cet événement afin de le publier sur le site internet de Fit Retail. J'ai donc commencé par noter dans mon carnet tout ce qui m'a semblé essentiel sur place et lors des différentes conférences. De retour au bureau, j'ai élaboré un plan détaillé pour structurer mon article (titres, sous-titres, paragraphes...). Mon objectif était de décrire la journée pas à pas en suivant le programme de l'événement. Pour agrémenter l'article, j'ai inséré des photos pour le rendre plus attractif et facile à lire. J'ai également sollicité quelques collègues qui ont animé des conférences pour obtenir leur témoignage sur la journée, pour l'inclure sous forme de citations dans l'article. L'objectif était de susciter l'envie chez ceux qui n'avaient pas pu assister à l'événement cette année de participer à la prochaine édition. Pour en savoir plus, je vous invite à aller voir un extrait de l'article dans les annexes de ce rapport...

Formation sur l'outil SEO : "YourTextGuru"

Lors de cette expérience, j'ai pu m'initier au rôle de formateur et d'expert SEO. En effet, j'ai eu l'occasion d'organiser une courte session de formation pour mon équipe sur "YourTextGuru". Cet outil SEO vise à optimiser nos divers contenus Web. J'ai donc créé de manière autonome un support de présentation étape par étape sur PowerPoint. L'objectif était de l'utiliser comme guide lors de la présentation orale et de le rendre accessible pour l'équipe à tout moment, même après la formation.

Pour commencer, j'ai dû me familiariser avec l'outil pour comprendre ses fonctionnalités et son utilité. Ensuite, j'ai pris des captures d'écran des différentes interfaces, étape par étape, pour expliquer en détail son fonctionnement. En tant qu'expert SEO, j'ai pu également donner quelques conseils SEO spécifiques à l'outil, comme la priorisation des mots situés à gauche, car ils sont davantage optimisés en termes de contenu.



Cette formation m'a aidé à améliorer ma communication orale, être plus à l'aise en public et démontrer à mon équipe ma maîtrise ainsi que ma compréhension de l'outil. De plus, elle m'a permis d'approfondir mes connaissances en SEO et de découvrir une nouvelle ressource importante pour optimiser ses contenus sur le Web. Je remercie donc Carmel et Sarah pour cette opportunité !



DÉVELOPPEMENT

C. LES MISSIONS RÉALISÉES

2. OPTIMISATION SEO DU SITE INTERNET

Identification de la problématique :



L'optimisation SEO du site Internet de Fit Retail vise à assurer le référencement naturel des différents articles et des différentes pages Web. La principale problématique réside dans la nécessité de bien respecter les normes d'optimisation pour le référencement naturel (SEO) de différents points de vue : technique, contenu et popularité (netlinking). Pour mener à bien cette mission, j'ai utilisé le plugin Wordpress "Yoast SEO" pour réaliser correctement les bases du référencement naturel sur le site Web de l'entreprise.

Analyse et mise en place de solutions :

La démarche mise en œuvre dans le cadre de cette mission commence par une analyse approfondie des performances actuelles du site Web via l'outil "Plausible Analytics". Cette analyse inclut l'examen de différents aspects tels que le nombre de visiteurs, le taux de rebond, la durée d'une visite, etc. En parallèle, une évaluation du contenu existant est nécessaire pour vérifier la pertinence des mots-clés, la qualité des articles, et l'engagement des utilisateurs.

Une fois les solutions identifiées, la mise en œuvre débute par des améliorations techniques. Cela inclut la mise à jour des plugins du CMS Wordpress (Yoast SEO), l'optimisation des images (en format ".webp" si possible) et des fichiers ainsi que la correction des erreurs de liens (broken links). Parallèlement, le contenu est enrichi par des mots-clés stratégiques, des méta-descriptions optimisées, et des articles informatifs et engageants. Le réseau social LinkedIn est également utilisé pour promouvoir le contenu des pages principales du nouveau site Web et ainsi, générer du trafic vers ce dernier.

Le suivi des performances SEO est continu, avec des rapports réguliers pour mesurer les résultats des actions. Des ajustements seront faits en fonction des données recueillies, afin d'assurer une amélioration constante du référencement naturel. L'objectif final est de voir le site de Fit Retail atteindre et maintenir une position de leader sur son marché dans les résultats de recherche, attirant ainsi un trafic qualifié pour augmenter les conversions.

Succès et bonnes pratiques :

Parmi les bonnes pratiques qui contribuent au succès de cette mission d'optimisation SEO, on peut citer :

- **Trouver la requête principale de la page** : Il est important de devoir positionner la page Web sur la bonne requête afin d'apparaître le plus haut possible dans la Search Engine Result Page (SERP).
- **Optimiser la meta title, la meta description et l'URL** : En plus de trouver le mot clé principal, il faut évidemment optimiser le titre principal, la description ainsi que l'URL de la page.
- **Structurer les titres (hN) des pages** : Il est primordial qu'une page soit compréhensible à la fois par les humains mais également par les robots des moteurs de recherche. Il faut donc penser à avoir une certaine cohérence au niveau des titres présents sur les différentes pages Web du site.
- **Ajouter des liens internes/externes aux pages** : Pour optimiser le SEO d'un site Web, il faut faire en sorte d'avoir des liens internes pour augmenter ce qu'on appelle dans le domaine le maillage interne (avoir des liens redirigeant vers d'autres pages de notre site).
- **Ajouter un attribut ALT aux images** : Pour optimiser les images et améliorer le SEO, ajouter un attribut alternatif permet de faire comprendre le but de votre image aux robots mais également aux personnes ayant un handicap visuel. En plus du SEO, cela permet de garantir une meilleure expérience utilisateur sur le site.

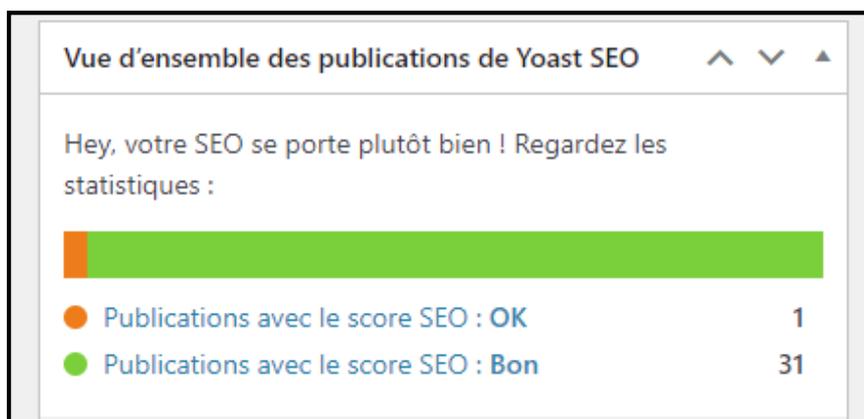
Axes d'amélioration :

En ce qui concerne les axes d'amélioration, il sera important de réaliser une stratégie de netlinking pour accroître la popularité du site. Cela impliquera la création de backlinks avec d'autres sites Web pertinents, la production de contenu de qualité et l'utilisation des réseaux sociaux pour amplifier la portée des publications.





Capture d'écran de l'outil Plausible Analytics



Nombre de pages optimisées avec le plugin Wordpress "Yoast SEO"

The screenshot shows the Yoast SEO optimization interface for the page 'Fit Retail fête ses 5 ans !'. The interface includes the following elements:

- Titre SEO:** Fit Retail fête ses 5 ans ! (with a green progress bar)
- Slug:** fit-retail-fete-ses-5-ans
- Méta description:** Fit Retail fête son cinquième anniversaire ! Découvrez notre succès, notre évolution et nos ambitions pour l'avenir dans cet article. (with a green progress bar)
- Analyse SEO:** fit retail (with a green smiley icon)

Optimisation d'une page Web avec le plugin Yoast SEO

DÉVELOPPEMENT

D. BILAN ET RECU L SUR LES MISSIONS

Au cours de mon stage en tant que Rédacteur Web chez Fit Retail, j'ai été amené à réaliser différentes missions telles que de la rédaction d'articles Web, de l'optimisation SEO ou encore de la rédaction de publications pour le compte LinkedIn de l'entreprise. Ces tâches ont joué un rôle important pour la présence digitale de Fit Retail et la promotion du cabinet. Après avoir expliqué les deux missions principales lors de mon stage, voici un bilan et un recul global sur le travail accompli...

La rédaction/optimisation d'articles Web a été essentiel pour garantir une meilleure visibilité et attirer du trafic vers le nouveau site internet de Fit Retail. Grâce aux différentes techniques SEO, j'ai pu améliorer le référencement naturel des articles et des pages principales sur les moteurs de recherche, ce qui conduira, je l'espère, à une augmentation du trafic organique vers le site. En effet, avoir des résultats concrets et rapidement n'est pas possible en SEO. Ainsi, il faut donc prendre plus de recul dans les prochains mois pour analyser correctement ces améliorations.

En parallèle, j'ai pu épauler Sarah (chargée de communication) dans la rédaction des publications et la création de visuels pour le compte LinkedIn de Fit Retail. Cette mission secondaire m'a permis de développer mes compétences en stratégie et rédaction de contenu. J'ai appris à adapter le ton et le style des publications en fonction du public visé. J'ai pu également me perfectionner dans la création de visuels (carrousels) via Canva pour illustrer les posts.

Le bilan global de ces missions est plus que positif. J'ai non seulement contribué à renforcer la présence en ligne de Fit Retail, mais j'ai aussi acquis des compétences précieuses en rédaction Web, en SEO et en gestion de projets. Cette expérience m'a également permis de mieux comprendre les enjeux du marketing digital et de l'importance d'une stratégie de contenu bien définie. Ce stage chez Fit Retail a donc été extrêmement enrichissant et m'a offert une solide base pour la suite de mon parcours professionnel.



CONCLUSION

Pour conclure ce rapport de stage, mon expérience chez Fit Retail fut enrichissante à la fois sur le plan professionnel et humain. En effet, j'ai été pleinement intégré au sein de l'entreprise dès mon arrivée. J'ai pu réaliser des missions diverses et variées dans un environnement sain et bienveillant. De plus, j'ai eu l'opportunité de participer à des projets concrets comme la sortie du nouveau site Web. Cela m'a permis de contribuer pleinement au développement de la visibilité en ligne de Fit Retail. J'ai pu mettre en pratique mes connaissances théoriques en SEO et me perfectionner dans ce domaine grâce à cette expérience. De plus, avoir pu collaborer avec le service Communication & Marketing m'a permis de mieux comprendre le fonctionnement et la stratégie de l'entreprise.

Outre les connaissances et compétences techniques acquises, ce stage m'a permis de développer mes compétences relationnelles et renforcer ma capacité à travailler en équipe. J'ai appris à collaborer efficacement avec mes collègues et m'adapter dans un environnement dynamique. J'ai pu me rendre compte de l'importance de la rigueur, de la gestion du temps et de la communication dans la réalisation des projets en équipe. J'ai eu la chance d'intégrer une équipe professionnelle et bienveillante, ce qui m'a permis de m'épanouir tout au long de mon stage. Cette expérience a donc consolidé mon intérêt pour les domaines du SEO et du marketing digital. Cela a renforcé ma détermination à poursuivre dans ce secteur en intégrant le quotidien régional "La Voix du Nord" en tant que "Chargé de CRM & Marketing digital". Cette expérience s'effectuera en alternance dans le cadre de mon Master 2. Je suis très reconnaissant envers Fit Retail d'avoir eu l'opportunité de réaliser mon stage de Master 1 chez eux. Je suis convaincu que les compétences et connaissances acquises me seront précieuses pour ma future carrière professionnelle.



ANNEXES

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J		
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
2	STATUT	DATE	ETAT	ACTION ANTOI	NOUVEAU SIT	EMPLACEMENT	CATEGORIE	TITRE DE L'ARTICLE			AUT	
3	PUBLIE	08.11.2018	OK				BLOG	RETEX	Retour sur notre Fit Retail Innovation Day			Fit R
5	PUBLIE	22.11.2018	à MAJ / optimiser	1			BLOG	PLM / IT	Mode / Habillement & Accessoires : comment nous digitalisons l'information produit			Sophie LA Philippe BI
6	PUBLIE	22.11.2018	OK				BLOG	RETEX	Une première réussie au PI Appareil Milan!			Philippe BI
7	PUBLIE	21.01.2019	OK				ACTUALITE	CORPORATE	Fit Retail poursuit son développement avec des projets ambitieux !			Philippe BI
8	PUBLIE	01.04.2019	à MAJ / optimiser	1	en cours		ACTUALITE	CORPORATE	Centric Software : un partenariat qui s'enrichit avec 16 consultants certifiés !			Manielle
9	PUBLIE	25.04.2019	à MAJ / optimiser	2			ACTUALITE	CORPORATE	Notre offre TMA s'étend grâce à la certification ITIL Foundation			Sophie LA
10	PUBLIE	08.07.2019	OK				BLOG	RETEX	Visite du salon Fashion Green Days : l'écologie au service de la mode			Manel L
12	PUBLIE	25.09.2019	à MAJ / optimiser	3			BLOG	PLM / IT	Article Tech SQL			Maxime
13	PUBLIE	07.10.2019	à MAJ / optimiser	2			BLOG	DESIGN / 3D	Sophie LE GOFF : témoignage qualité de la formation AI reçue			Sarah DER
16	PUBLIE	04.12.2019	OK				BLOG	RETEX	Retour sur le PI Appareil Europe 2019			Philippe BI
17	PUBLIE	11.02.2020	OK				ACTUALITE	CORPORATE	Fit Retail exporte son savoir-faire à l'international			Mohamed
20	PUBLIE	21.02.2020	à MAJ / optimiser	1			BLOG	RETEX	Salon Première Vision 2020 et technologie 3D			Alexandre
22	PUBLIE	15.06.2020	à MAJ / optimiser	1	à retirer		BLOG	PLM / IT	Faut-il se faire accompagner dans la mise en place d'un PLM ?			Carmel MC
23	PUBLIE	23.09.2020	OK				BLOG	RETEX	REX de notre visite au salon Made in France organisé par Première Vision			Carmel MC
25	PUBLIE	13.01.2021	OK				ACTUALITE	CORPORATE	Retrospective 2020 et projection 2021			Carmel MC
26	PUBLIE	10.02.2021	à MAJ / optimiser	1	à retirer		BLOG	PLM / IT	Le logiciel PLM est-il réservé aux grandes entreprises de la mode ?			Laure G
27	PUBLIE	09.03.2021	OK				ACTUALITE	PARTENARIAT	Browwear, solution 3D pour l'habillement et Fit Retail deviennent partenaires !			Alexandre
28	PUBLIE	12.03.2021	à MAJ / optimiser	2			BLOG	RH	Le métier de consultant vu par Stefan OPITZ			Carmel MC

Fichier Excel des articles Web de Fit Retail

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	EXPERTISE	SUJET	FORMAT	PRIO					
2	Fit Academy	L'offre Formation Qualiopi (Résultat enquête de satisfaction)	Post LinkedIn (offre, chiffre clé, éléments de différenciation, verbatim)	1					
3	Fit Academy	Résultat enquête de satisfaction / Use case client	Post LinkedIn : publication d'un use case du site internet	1					
4	Fit Academy	Comment choisir son organisme de formation ? La formation professionnelle en général / Pourquoi former ces équipes ? ROI ?	Faire des recherches sur le sujet pour savoir comment aborder l'angle d'attaque						
5	Fit Academy	Qui sont nos formateurs ? Comment devient-on formateur ? La pédagogie / Le métier de formateur	Faire des recherches sur le sujet pour savoir comment aborder l'angle d'attaque						
6	Offre support	Externaliser le support ? Avantages / Inconvénients	Faire des recherches sur le sujet pour savoir comment aborder l'angle d'attaque						
7	Offre support	Méthodologie / organisation d'un centre de compétence	Faire des recherches sur le sujet pour savoir comment aborder l'angle d'attaque						
8	Offre support	Zoom ITIL	Faire des recherches sur le sujet pour savoir comment aborder l'angle d'attaque						
9	Offre support	Présentation offre + éléments différenciant	Post LinkedIn (offre, chiffre clé, éléments de différenciation, verbatim)	1					
10	Offre support	Use case	Post LinkedIn : publication d'un use case	1					
11	Delivery	Use case	Post LinkedIn : publication d'un use case	1					
12			Post LinkedIn (offre, chiffre clé, éléments de						

Fichier Excel des idées de contenus

	A	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO
2	KPIS	DÉCEMBRE	MOYENNE 2023	JANVIER	FEBVIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE		
3	UTILISATEURS																
4	Utilisateurs	743	568	1028	1130	1297											
5	Nouveaux utilisateurs	729	525	1062	1098	1273											
6	SESSIONS																
7	Nombre de sessions	910	719	1294	1422	1397											
8	Nombre de sessions/user	1,22	1,33	1,22	1,26	1,08											
9	Pages vues	NA	761	2670	3254	4766											
10	Nombre de pages/session	1,9	2,13	2,06	2,29	3,41											
11	Durée moyenne des sessions	01:34	1:42	01:10	01:37	00:54											
12	Taux de rebond	77,58%	66,47%	68,47%	66,67%	76,52%											
13	ACQUISITION																
14	Direct	413	288	600	518	751											
15	Organic	282	214	405	390	346											
16	Referral	8	11	17	191	164											
17	Social	48	26	47	30	35											

Liste des KPIs du site Web

	A	B	C	D	E
1	Nom de la page	Catégorie	Mot clé choisi	Centre proposition	Méta description
2	Un an pour la Fit Academy, organisme de formation PLM & 3D	RH	fit academy		Un an après le lancement de la Fit Academy, organisme de formation spécialisé dans le PLM et la 3D, découvrez notre bilan et nos projections.
3	Intégration 3D dans la mode, de l'idée à la réalité	Design/3D	modélisation 3D mode		Intégrez la modélisation 3D dans la conception de vos collections de mode : guide complet, besoins, logiciel et efficacité.
4	Comprendre les tissus digitaux et leurs propriétés physiques	Design/3D	tissus digitaux		Améliorez votre compréhension sur les tissus digitaux, leurs propriétés physiques et leur impact révolutionnaire dans l'industrie de la Mode.
5	REX de notre participation à la Convention internationale IACOE 2023	RETEX	IACOE 2023		
6	Le métier de consultant technico-fonctionnel expliqué par Manel	RH	consultante technico-fonctionnelle		Découvrez le métier de consultante technico-fonctionnelle à travers les applications détaillées de notre experte Manel.
7	Focus sur 5 plateformes environnementales en expérimentation, pour le secteur du textile	Mode	plateformes environnementales		Découvrez comment ces 5 plateformes environnementales vont transformer le secteur du textile, avec un focus sur leur impact et innovations.
8	Bien comprendre l'affichage environnemental et la collecte des données dans le secteur du textile	Mode	affichage environnemental		Comprenez l'importance de l'affichage environnemental et de la collecte des données dans le secteur textile pour une mode plus durable.
9	Le métier de consultante modéliste 3D vu par Elsa	RH	consultante modéliste 3D		Découvrez ce que fait une consultante modéliste 3D (parcours, compétences, missions...) expliqué par Elsa à travers notre article !
10	Plongez dans l'univers de Steven PASSARO, entre couture traditionnelle et technologie 3D	Design/3D & Mode	steven passaro		Découvrez comment Steven Passaro intègre la couture traditionnelle avec la technologie 3D, révolutionnant la mode avec ses créations uniques.
11	Le métier de consultant technico-fonctionnel expliqué par Stéphane	RH	consultant technico-fonctionnel		Que fait un consultant technico-fonctionnel ? C'est la question que nous avons posée à notre expert Stéphane dans cet article.
12	Le métier de consultant technique PLM raconte par Maxime	RH	consultant technique PLM		Découvrez le métier de consultant technique PLM expliqué par notre expert Maxime, présent chez Fit Retail depuis 2018.
13	La 3D au service d'une mode plus responsable	Design/3D	technologie 3D mode responsable		Découvrez comment la technologie 3D transforme l'industrie de la mode en une pratique plus durable et responsable.
14	Les conseils de notre expert pour une migration PLM réussie	PLM/IT	migration PLM		Vous envisagez de réaliser une migration PLM ? Consultez notre article et le checklist indispensable à la réussite de votre projet.
15	Comment et pourquoi utiliser le workflow et le calendrier dans la mode ?	PLM/IT	workflow	workflow calendrier mode	Découvrez l'importance d'utiliser efficacement le workflow et le calendrier dans la mode pour une gestion optimale de vos ressources.
16	La conception virtuelle : la 3D dans tous ses états !	RH	conception virtuelle 3D		Découvrez comment la conception virtuelle en 3D répond aux défis actuels, de l'urgence écologique à la pandémie de la Covid-19.
17	Comment le PLM peut-il porter les enjeux RSE de l'industrie de la Mode ?	PLM/IT	rse		Bénéficiez des solutions offertes par le PLM pour répondre aux enjeux RSE de l'industrie de la Mode. Cliquez ici pour découvrir comment !
18	Les nouveaux enjeux des enseignes de mode ?	Mode	mode		Découvrez les défis actuels des enseignes de mode et les solutions pour rester compétitif dans un marché en constante évolution.
19	Le métier de consultant vu par Stefan OPITZ	RH	consultant		Stefan OPITZ, directeur de notre filiale allemande, partage avec vous sa vision du métier de consultant à travers cet article !
20	Le logiciel PLM est-il réservé aux grandes entreprises de mode ?	PLM/IT	logiciel PLM		Découvrez l'intérêt d'avoir un logiciel PLM dans l'industrie de la mode et ses avantages, quelle que soit la taille de votre entreprise.
21	Fit Retail et Visoo concluent un partenariat	Design/3D	visoo partenariat		Découvrez le partenariat entre Fit Retail et Visoo, spécialiste de la digitalisation des matières, pour proposer une offre 3D renforcée.
22	REX de notre visite au salon Made in France organisé par Première Vision	Design/3D	salon made in france		Nos équipes reviennent sur leur participation au salon Made in France 2020 et les grands enjeux de la relocalisation de la filière textile.
23	Faut-il se faire accompagner dans la mise en place d'un PLM ?	PLM/IT	mise en place d'un plm		Découvrez l'importance d'un accompagnement professionnel pour la mise en place d'un PLM. Optimisez vos processus avec nos conseils.
24	Salon Première Vision 2020 et technologie 3D	RETEX	technologie 3D		Nos équipes reviennent sur leur visite du Salon Première Vision : échanges entre pairs, partage de savoirs et technologie 3D au programme.
25	Sector performant grâce à des configurations logicielles adaptées	PLM/IT	configurations logicielles		Découvrez comment des configurations logicielles adaptées peuvent améliorer vos performances et optimiser votre efficacité.
26	PI Appareil 2019, on y était !	RETEX	PI Appareil 2019		Découvrez notre retour d'expérience sur le PI Appareil 2019, mettant en lumière notre savoir-faire et nos rencontres avec clients et prospects.
27	Echange d'informations à travers l'API Rest	PLM/IT	API Rest		Découvrez le fonctionnement d'une API REST et pourquoi cette solution informatique est essentielle pour la mise en place d'un besoin client.
28	Sophie, styliste experte et passionnée nous parle de sa collaboration avec Fit Retail	Design/3D	sophie le goff		Découvrez le détail de notre collaboration avec Sophie Le Goff, styliste experte passionnée, afin de travailler sur un projet de collection.

Fichier Excel des articles optimisés

ANNEXES

Retour sur les Innovation Days 2024 by Fit Retail



Le jeudi 6 juin 2024 a eu lieu la 4ème édition de nos Innovation Days en plein cœur du deuxième arrondissement de Paris. Vous avez manqué l'événement ? Pas de panique, on vous raconte tout ! Cet article est l'occasion pour vous d'avoir un retour d'expérience sur ce rendez-vous annuel organisé par Fit Retail.

C'est quoi les Innovation Days by Fit Retail ?

Depuis quelques années, nous organisons **une ou plusieurs journées de conférences et de tables rondes dédiées aux nouvelles technologies**. Evidemment, nous nous focalisons en particulier sur **nos expertises** : **logiciel PLM** et **technologie 3D** en réunissant des experts du secteur.

Cet **événement gratuit** rassemble chaque année des **clients et professionnels de la Mode (Luxe & Prêt-à-porter), du Retail et de la Cosmétique**. L'objectif est de **favoriser les échanges et témoignages autour des dernières avancées technologiques**. Le tout dans un **endroit convivial** propice à la cohésion et à l'ouverture.

Extrait de l'article rédigé sur Word pour les Innovation Days 2024

The screenshot shows the top navigation bar of the Fit Retail website with links for 'Actualités', 'Blog', and 'FR'. Below the navigation, the breadcrumb trail reads 'Accueil / RETEX / Retour sur la 4ème édition des Innovation Days by Fit Retail'. The main heading of the article is 'Retour sur la 4ème édition des Innovation Days by Fit Retail'. A photograph shows a group of people seated in a room, attending a presentation or conference. Below the photo, the text reads: 'Le jeudi 6 juin 2024 a eu lieu la 4ème édition de nos Innovation Days en plein cœur du deuxième arrondissement de Paris. Vous avez manqué l'événement ? Pas de panique, on vous propose un petit récapitulatif des temps forts de la journée !' and 'C'est quoi les Innovation Days by Fit Retail ? 🤖'.

Extrait de l'article pour les Innovation Days 2024 sur le site Web

ANNEXES

Extraits du support de formation à l'outil SEO "YourTextGuru"

Contenus SEO – Créer un guide/projet

Après avoir cliqué sur « Accéder au dashboard », voici l'interface pour créer un guide/projet afin d'optimiser le contenu SEO.

Annotations:

- Choisissez la langue que vous souhaitez
- Choisir un abonnement
- Nombre de jetons achetés
- Nombre de tokens IA
- Entrez votre requête
- Entrez votre requête ici (le mot clé où vous souhaitez vous positionner)
- Nouveau projet
- Créer un nouveau projet
- Une fois créé, ici apparaîtra votre guide/projet ainsi que la requête donnée

Confidentialité reproduction et distribution interdite sans l'accord écrit de FIT RETAIL

Interface d'un guide/projet

Après avoir créé un guide, voici l'interface permettant de visualiser l'optimisation du texte (selon la requête choisie) sous plusieurs degrés.

Annotations:

- Il s'agit du score d'optimisation SEO : un pourcentage qui indique si votre contenu est sous-optimisé, optimisé ou suroptimisé. Le score peut aller au-delà de 100 sur YTG.
- Il s'agit du score de Danger SEO : pourcentage indiquant si votre contenu peut être considéré comme un danger pour vous au niveau du référencement par Google
- Délimitation des termes les plus importants (de gauche à droite) à placer dans votre texte
- Courbe signifiant si le terme est plus ou moins utilisé
- Graphique représentant les degrés d'optimisation en fonction des couleurs (bleu, vert, jaune et rouge) Privilégiez le jaune vers les mots plus à gauche et le vert pour les mots plus à droite
- Nombre de jours restants pour la validité du guide (après cette date → MAJ nécessaire)
- Pour partager le guide
- Recommandations SOSEO
- Recommandations DSEO

Confidentialité reproduction et distribution interdite sans l'accord écrit de FIT RETAIL



Scannez ce QR Code pour voir la suite de la présentation...

ANNEXES

Rédacteur Web / SEO

www.antoine-gandelin.fr
antoine.gandelin@gmail.com
06 51 27 67 33

Antoine Gandelin

Je rédige des articles Web chez Fit Retail 🙌 | Etudiant en Master 1 "Communication numérique" à l'Université Catholique de Lille 🎓

Lille, Hauts-de-France, France

708 abonnés · + de 500 relations

Fit Retail
Université catholique de Lille
Portfolio professionnel

Compte LinkedIn - Antoine GANDELIN



Scannez ce QR Code pour voir mon profil LinkedIn

Antoine Gandelin · Vous
Rédacteur Web/SEO chez Fit Retail 🙌 | Master 1 "Communication n...
1 sem. · 🌐

Les Innovation Days by Fit Retail sont de retour pour une quatrième édition 🙌🙌

Le premier événement 3D & PLM, exclusivement dédié aux professionnels de la Mode, du Luxe et du Retail fait son grand retour le **jeudi 6 juin 2024** à Paris !

- 📍 Rendez-vous au cœur de Paris chez **Comet Place des Victoires (2ème arr.)**
- 🍷🥂 Profitez de moments de convivialité lors du petit-déjeuner, des pauses café, du cocktail déjeunatoire ou lors de l'afterwork
- 👉 Cet événement privé est 100% gratuit (dans la limite des places disponibles).

Infos & inscriptions >> <https://lnkd.in/esjkjuyD>

INNOVATION DAYS 2024
Le programme complet

Le premier événement 3D & PLM, exclusivement dédié aux professionnels de la mode, du luxe et du retail !

avec Fit Retail

Souleymane Rakkassy et 12 autres personnes

Publication LinkedIn pour promouvoir les Innovation Days 2024

FICHE D'ÉVALUATION



FACULTÉ DES
LETTRES
& SCIENCES
HUMAINES

Master Communication numérique

Fiche d'Évaluation du stagiaire :

Tout au long de son stage, vous avez suivi, encadré et contribué à former notre étudiant(e). A l'issue de ce stage, nous vous serions reconnaissant de bien vouloir compléter cette fiche d'évaluation.

Cette évaluation est importante pour l'étudiant(e) que vous avez encadré(e) et participe à son évaluation. Elle permet à l'équipe pédagogique d'apprécier le travail de nos étudiant(e)s en situation professionnelle.

Merci pour votre contribution !

ÉTUDIANT(E)

Nom : Gandelin

Prénom : Antoine

Téléphone : 06 51 27 67 33

Adresse Mail : antoine.gandelin@gmail.com

Niveau : M1 M2

ENTREPRISE / STAGE

Nom de l'entreprise : Fit Retail

Adresse : 9 Rue de l'Abbé Stahl, 59700 Marcq-en-Barœul

Durée du stage : du 02/04/2024 au 18/07/2024

Nom du tuteur/trice entreprise : Carmel MC DONALD

Fonction : Chargée RH et Marketing

Téléphone : 06 85 86 62 96

Adresse mail : carmel.mcdonald@fit-retail.com

FICHE D'ÉVALUATION

Merci de bien vouloir remplir la grille suivante :

	Expertise	Acquis	Acquisition en cours	Non Acquis	Non évalué
1. Aptitudes personnelles et relationnelles					
Adaptation à l'entreprise (culture, règlements...)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacités d'adaptation et de travail en équipe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ponctualité	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facilité de contact	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aptitude à rendre compte	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Motivation					
Intérêt pour le travail demandé	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aptitude à se documenter	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autonomie, esprit d'initiative	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Créativité, imagination	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aptitude à progresser	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Compétences professionnelles					
Compréhension des missions confiées	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compétences techniques (aptitude à appliquer des méthodes et des outils)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compétences méthodologiques (rigueur, capacité d'analyse...)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maîtrise des connaissances à appliquer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacité d'analyse (données, information, contexte...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacité de synthèse et de rédaction	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacité à identifier les problèmes et proposer des solutions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Qualités d'expression	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sens de l'écoute	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aptitudes à exercer des responsabilités	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Respect des objectifs	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FICHE D'ÉVALUATION

Appréciations globales du stage et des tâches réalisées par l'étudiant(e)

Antoine a su s'intégrer dans l'équipe rapidement et se lancer dans ses tâches avec un certain niveau d'autonomie. Il communique facilement et est ouvert aux retours ce qui rend la collaboration efficace.

Merci pour ces contributions et son implication, c'était un plaisir de travailler avec lui.

Date et signature :

12/06/2024



RETOUR DE LA FICHE

Cette fiche est à retourner :

- par e-mail au responsable de la formation : lydie.lenne@univ-catholille.fr
- copie au secrétariat de la formation : manon.jouanne@univ-catholille.fr
- JOINDRE IMPERATIVEMENT LA FICHE AU RAPPORT DE STAGE

ATTENTION

Le retour de la fiche d'évaluation complétée et signée est indispensable pour la validation universitaire du stage.