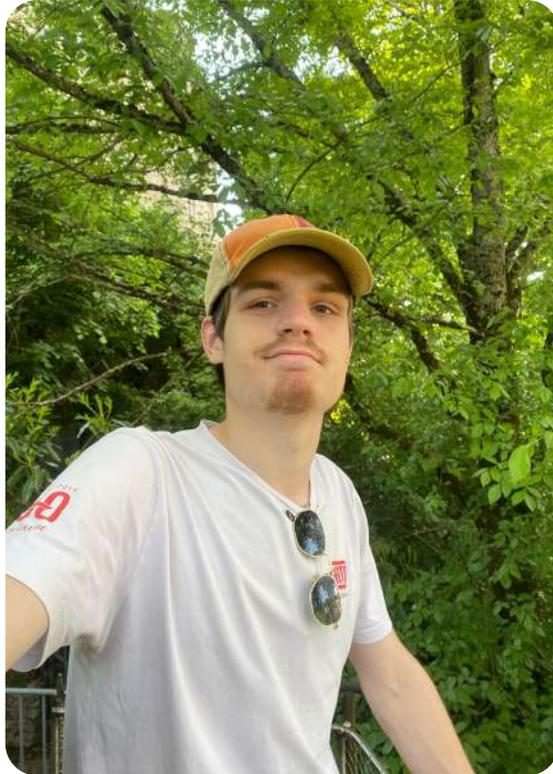




PORTFOLIO

Vivien Le Guen

BONJOUR!



Je m'appelle Vivien Le Guen. Mes forces sont le SEO, la création d'identité visuelle et la mise en place de solutions de communication multimédia IA. Je me passionne également pour l'animation. J'ai hâte de travailler sur de nouveaux projets innovants, éthiques et surtout durables !

COMPÉTENCES



FORMATION

Licence de communication, à l'IUT Infocom de Besançon Vesoul parcours publicité.

EXPÉRIENCE

Stage Johan Theron IE :

- Référencier Web / Marketing IA / Graphiste

Stage Emmaüs Besançon :

- Graphiste / Community Manager

Stage Wip Production

- Graphiste

 www.linkedin.com/in/vivien-le-guen/

 vivienleguen91140@gmail.com

 06 52 46 22 93

SOMMAIRE

PRINT – 4

CHARTE GRAPHIQUE – 6

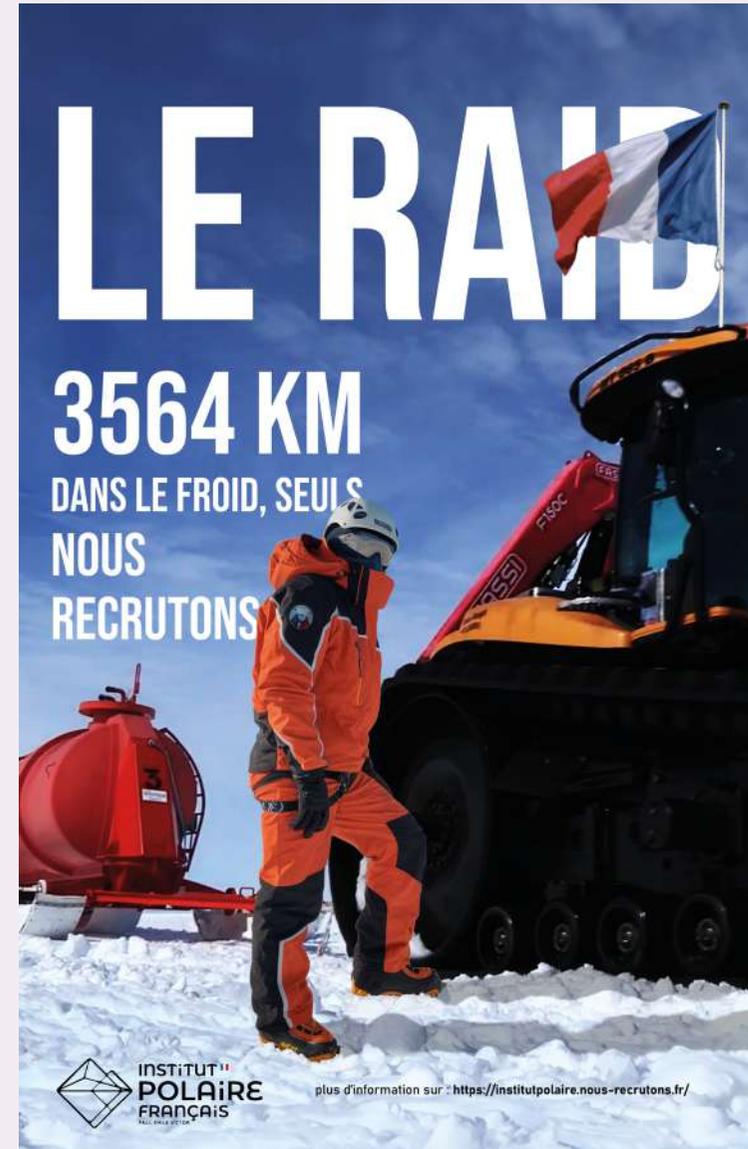
DIGITAL – 18

VIDÉO – 24

SEO & IA – 27

PRINT

LE RAID



Lors d'un projet avec un intervenant professionnel , j'ai été amené à réaliser une publicité pour l'institut polaire français Emile Louis. Ma mission ? Créer une campagne de communication print choc pour recruter les membres de la prochaine expédition.

CHARTE GRAPHIQUE

STAGE EMMAÜS BESANÇON



EMMAÜS
BESANÇON



Ps

Id

Ai

Logo réalisé pour Emmaüs Besançon

Pour mon stage de deuxième année, j'ai eu la joie de travailler chez Emmaüs Besançon. Ce stage m'a permis de développer mes compétences de communicant dans un cadre associatif que j'apprécie énormément et m'a permis de mettre à profit tout ce que j'avais pu apprendre au cours de ces deux ans d'études supérieures.

De la conception d'une nouvelle charte graphique à la signalétique en passant par la création d'une mascotte, l'écriture d'articles pour le site internet ou encore la remise à niveau des réseaux sociaux de l'association, j'ai eu l'opportunité d'explorer un large panel de domaines liés aux secteurs de la communication.





Mockups d'une fresque recouvrant la facade du bâtiment

CAFÉTERIA

MERCREDI : 13H30 → 16H30

SAMEDI : 9H00 → 12H00

- Sirop à l'eau 0,50€
- Café, Thé, Chocolat chaud 1€

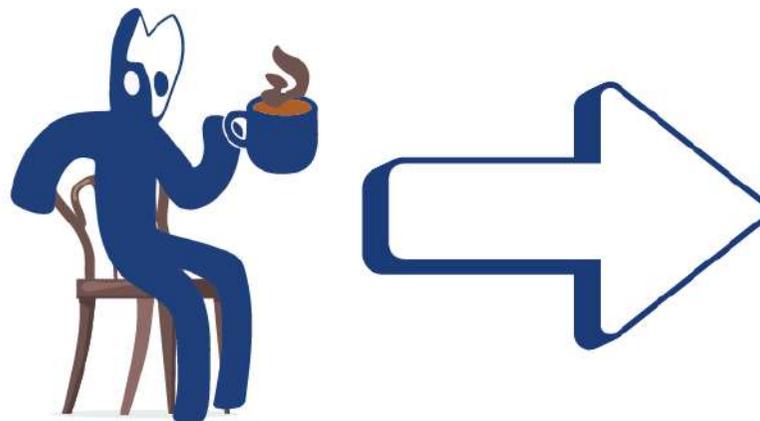
- Gaufre nature/sucre 1,50€
- Gaufre au chocolat 2€



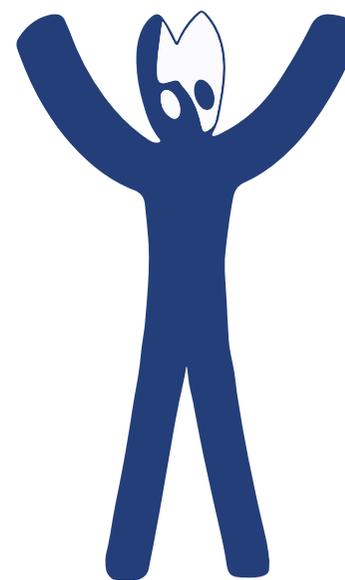
Paiement en espèces uniquement

Signalétique de la cafétéria

CAFÉTERIA



Signalétique de la cafétéria



Mascotte articulée



VENTE SOLIDAIRE EMMAÜS

AU PROFIT D'UNE ASSOCIATION DE LA RÉGION !

Au programme :

- Barbecue
- Et déstockage au poids

Mercredi 8 mai 2024

EMMAÜS BESANÇON 9 chemin des Vallières
25000 Besançon
plus d'informations sur : emmaus-besancon.fr

10h-12h
13h30-17h

Affiches réalisées pour la vente solidaire du 8 mai 2024

BIENVENUE

AU BARBECUE DES COMPAGNONS !

Menu Viande **7€**

Sandwich Viande	4€
3 saucisses	
Barquette de frites	1,50€
Canette	1€
La part de gâteau	0,50€

Menu Végan **7€**

Sandwich Végan Soja	4€
et légumes à la poêle	
Barquette de frites	1,50€
Canette	1€
La part de gâteau	0,50€



LA CANETTE À 1€

RETRO GAMES

Manettes : 5€*

Jeux : 5€*

Consoles : prix indiqué
sur la boîte

*(Sauf indication contraire)



CRÉATION D'UN CONCEPT STORE

Id

Le concept store Sillon est né de l'envie de créer un lieu où les gens se rassemblent pour partager de bons moments. Amour de la musique, apéros, friperie, restaurant, salle de répétition et d'enregistrement, Sillon est polyvalent et organise divers événements pour satisfaire tous les fans de musique.

Ai

The logo for Sillon features the word "SILLON" in a bold, black, sans-serif font. The letter "O" is stylized and filled with a vibrant, multi-colored gradient of pink, red, yellow, and cyan.

Logo du concept store Sillon



Mockups de produits dérivés du concept store

CRÉATION DE LOGO

BLANDINE SIGWALD

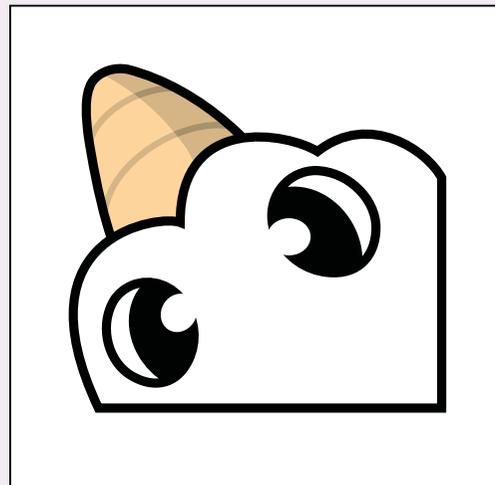
Madame Sigwald m'a contacté pour réaliser le logo de son entreprise de sophrologie. Le brief était clair, un logo dynamique s'incrivant dans les codes des entreprises de bien-être. De plus il était important que ce logo reflète l'identité de Madame Sigwald. J'ai donc repris ses initiales pour les intégrer au logo.



CRÉATION D'UNE AGENCE DE GRAPHISME FICTIVE



Logo avec nom d'agence



Logo simple

L'agence Booki Design Graphique est, comme son nom l'indique, une agence se spécialisant dans la réalisation de créations graphiques et audiovisuelles destinées au grand public. Elle accepte néanmoins de travailler pour des entreprises, des associations et des organisations qui sont en accord avec ses valeurs.

Cette agence a été réalisée dans le cadre d'un projet de fin de deuxième année en production graphique. J'avais pour objectif de créer une agence en accord avec mes valeurs, avec comme tête d'affiche une mascotte suscitant l'intérêt et facilement déclinable sur plusieurs supports.



Logo avec nom d'agence complet



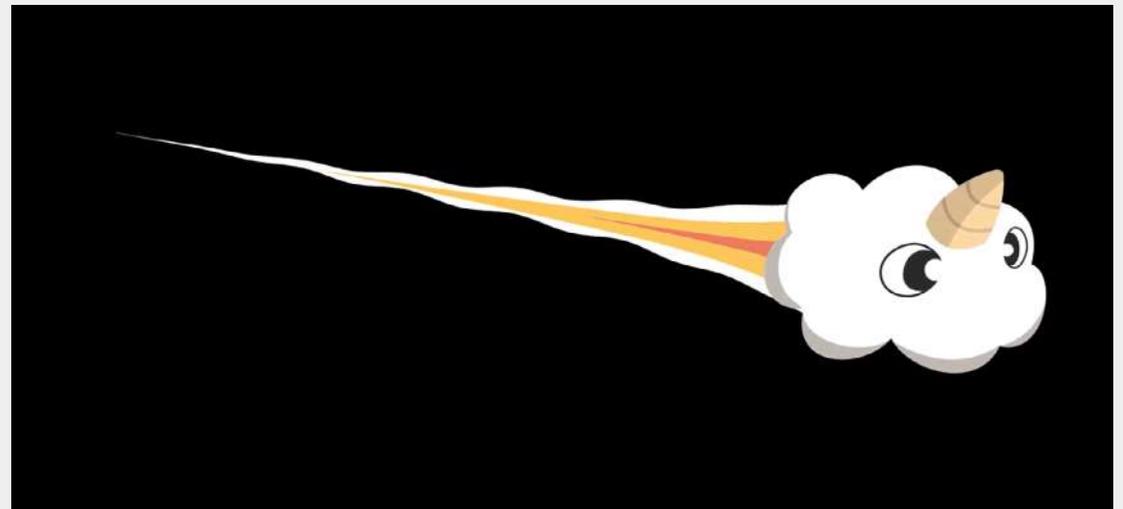
Mockup d'un t-shirt simple avec le logo de l'agence



Animation sur After Effect
<https://youtube.com/shorts/Xh6et5ajEUs>



Animation sur After Effect avec le plugin Duik Angela
<https://youtube.com/shorts/IP667NI2-bQ>

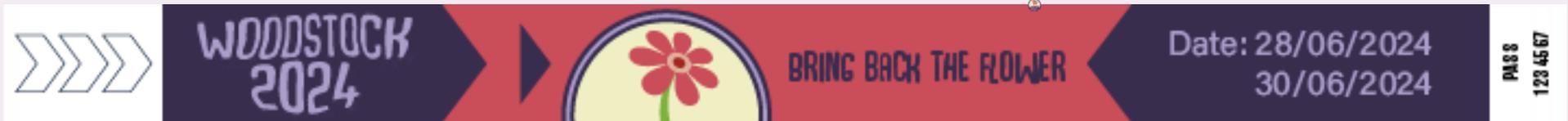


Animation de la mascotte en plein vol



FESTIVAL FICTIF

BRING BACK THE FLOWER



Bracelet
du festival



Mockup des stickers du festival

« **Créer un festival de votre choix** » : voilà la consigne qu'on m'a donnée lors d'un cours. Avec l'aide d'un camarade, nous avons créé Bring Back the Flower (« Rendez-nous les fleurs »), un festival inspiré des valeurs du passé. Ce projet est un appel à renouer avec l'authenticité, la liberté et l'harmonie qui ont fait la renommée du premier Woodstock.

Cet exercice a mobilisé mes compétences sur plusieurs logiciels de la suite Adobe : InDesign, Photoshop, Illustrator



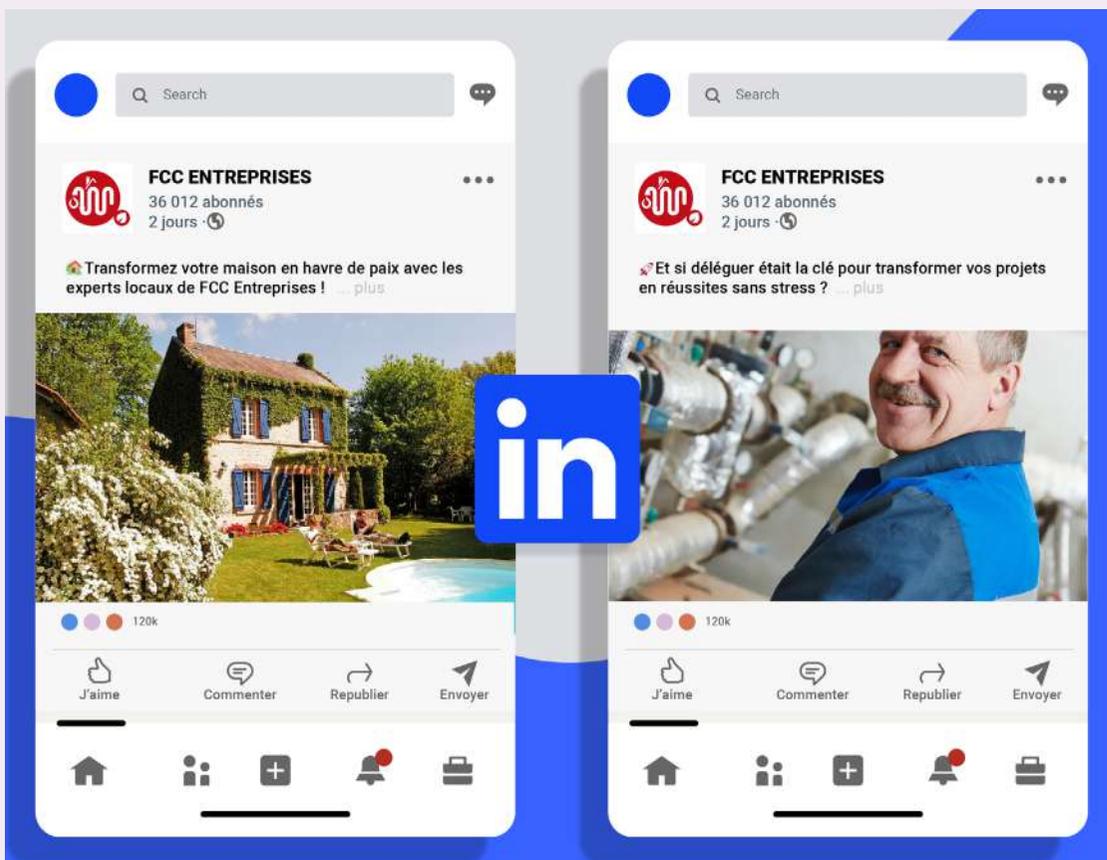
Stickers du festival

DIGITAL

WORKSHOP – FCC ENTREPRISES

Lors de ma troisième année de licence, j'ai participé au workshop B2C de mon IUT. L'objectif était de concevoir une campagne de communication pour FCC Entreprises, un groupe spécialisé dans les travaux énergétiques basé en Bourgogne-Franche-Comté, à déployer dès décembre 2024.

Avec mon équipe, nous avons élaboré une stratégie de communication digitale omnicanale, s'appuyant sur leur site web jusqu'à leurs réseaux sociaux, accompagnée d'une campagne d'emailing. L'ensemble vise à accompagner l'utilisateur à chaque étape de sa visite, pour une expérience fluide et cohérente.



Mockups de posts LinkedIn réalisés pour FCC Entreprises

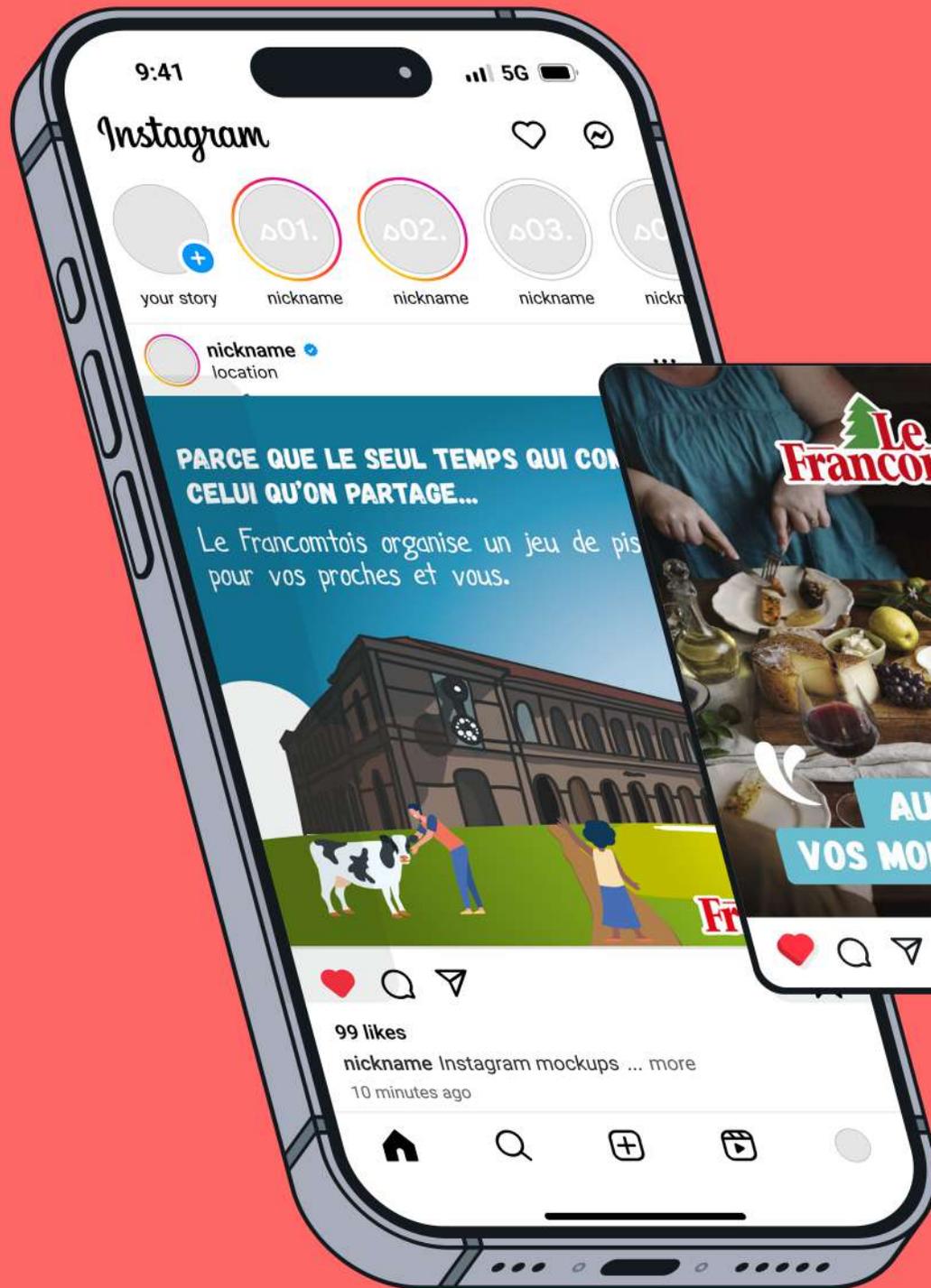
Mockups de posts Facebook réalisés pour FCC Entreprises

Ai CHALLENGE INTERNE **Id** **Ps** LE FRANCOMTOIS

Ce premier challenge en communication m'a permis de découvrir la méthodologie de travail d'une campagne publicitaire en collaborant avec la fromagerie Milleret, qui nous a confié la promotion de sa cancoillotte Le Francomtois. J'ai pu me familiariser avec des logiciels comme Photoshop et Illustrator et créer des supports visuels de

qualité. Cette expérience a renforcé mes compétences en design et en rédaction publicitaire tout en me poussant à réfléchir à la valorisation d'un produit authentique pour répondre aux attentes du client et du public cible.





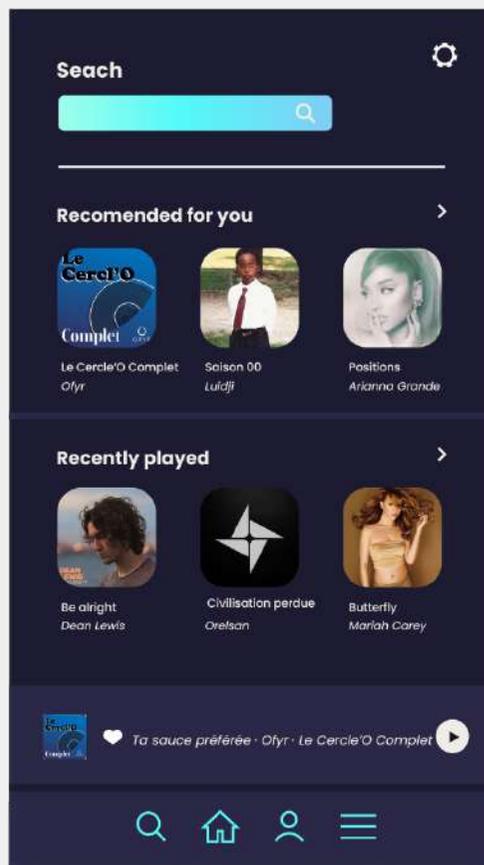
CHALLENGE NATIONAL – OFYR



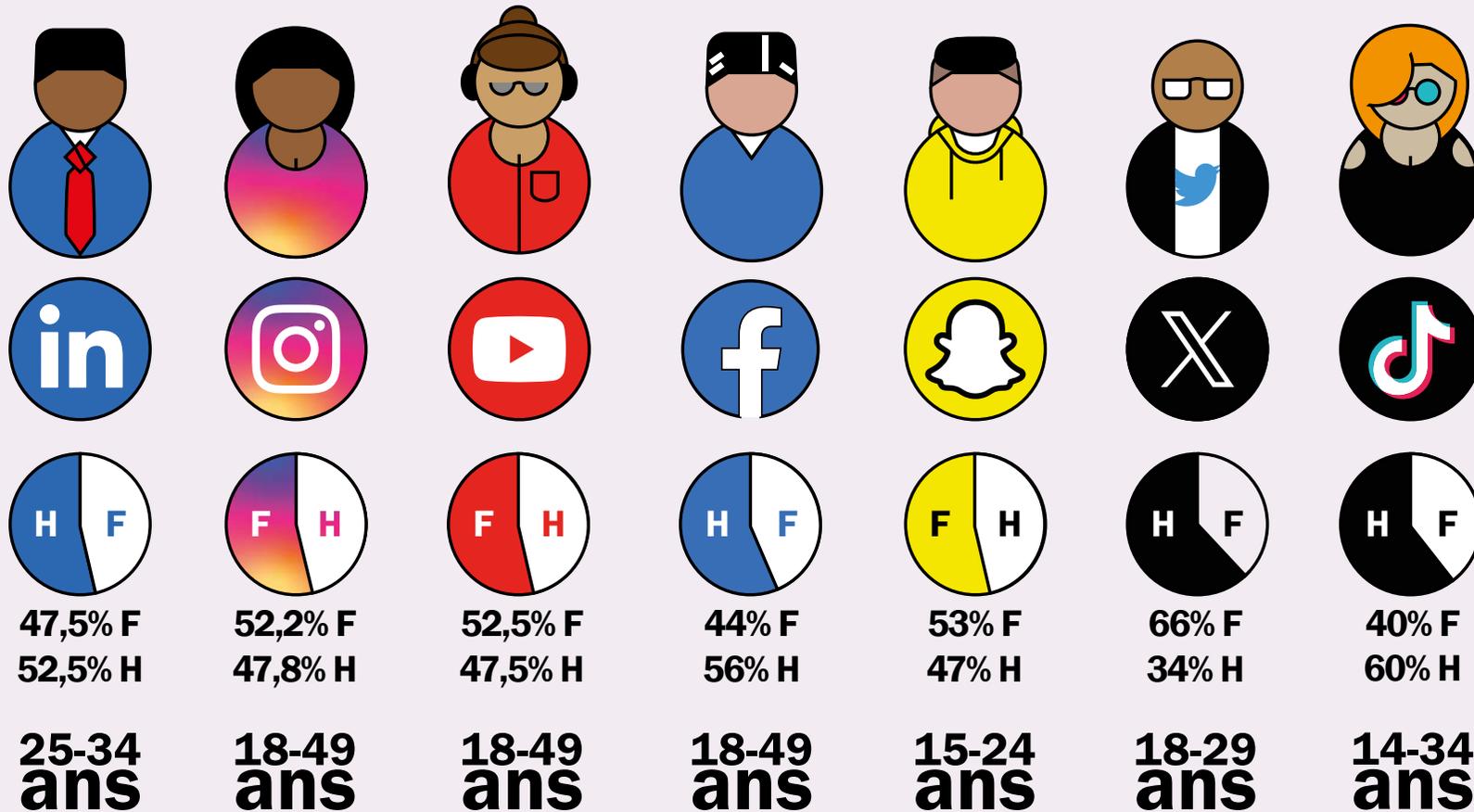
Arrivés en finale interne du challenge de mon IUT, nous avons conçu une stratégie de communication complète pour une marque spécialisée dans les planchas. Nous avons produit du contenu pour les réseaux sociaux ainsi qu'un concept de podcast axé

sur différents sujets de conversation qui peuvent émerger lors de repas entre amis ou en famille. La création de ces visuels a mobilisé certaines de mes compétences sur les logiciels de la suite Adobe, ainsi qu'un peu d'ingéniosité pour leur déclinaison.

Lien de la démo : <https://www.youtube.com/shorts/FhypMEoSImI>



INFOGRAPHIE



Cette infographie a été réalisée dans le cadre de mon cours de web marketing. Elle présente des données clés sur les utilisateurs des réseaux sociaux en 2023, avec pour objectif de créer une infographie à la fois claire et ergonomique.



VIDÉO



Lien de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=3u2wrVVuK74>

PUBLICITÉ MACDONALD

Ai

Dans le cadre d'un cours de motion design, j'ai animé une pub complète pour McDonald's, sur le thème de la vaisselle réutilisable récemment introduite.

Je découvrais After Effects à ce moment-là, donc le projet m'a pris environ une semaine. J'ai utilisé des images libres de droits (merci Freepik !) et les éléments fournis par le professeur (logo, musique, voix off).

Ae

Ce que j'ai préféré : imaginer des transitions originales. Mon seul petit regret : ne pas avoir eu le temps de peaufiner le plan avec la piscine à balles.



Lien de la vidéo : <https://youtu.be/oJEN5psF7pk>

ONYA X GE

Pr

Cette vidéo a été créée lors d'une semaine de l'Influence à mon IUT. Cette vidéo a été réalisée pour l'influenceuse fictive «Onya» qui aurait fait une collaboration avec la marque «Galerie Empire».

Ps

Elle a été réalisée en mix média en à peine une journée, et a remporté le prix du jury. De plus, cette vidéo m'a permis de me faire repérer par un membre du jury avec lequel je vais donc travailler en tant qu'indépendant.



Lien de la vidéo : <https://youtu.be/stZBUUI5LAU?si=a7gC1JQuVKgvK6LH>



Lien de la vidéo : <https://youtu.be/jgEhw-UvHB0?si=WSYysZ3Oignw0VRZ>

LA GUERRE DU COLA

Lors de la semaine de l'audiovisuel organisée par mon IUT, j'ai réalisé une vidéo retraçant l'émblématique combat entre Coca et Pepsi dans les années 90.

Pr

De l'interview au micro-trottoir en passant par l'écriture, la réalisation et le montage, cette vidéo a été l'occasion de relever un nouveau défi, le tout dans un temps imparti. C'était ma première expérience de montage, et ce ne sera certainement pas la dernière, tant j'ai pris plaisir à créer un contenu aussi stimulant.

TOUT CE QUE JE VEUX

J'ai eu l'opportunité d'écrire, réaliser et monter un court-métrage en seulement 31 heures lors du festival d'audiovisuel 1895 minutes.

Pr

Pour notre première vraie expérience cinématographique, nous avons relevé un défi ambitieux, apprenant à travailler en équipe et à développer une confiance mutuelle. Malgré notre manque d'expérience, nous sommes fiers d'avoir produit un film qui a été récompensé par le prix de la qualité technique .

SEO & IA

RAPPORT DE RÉFÉRENCIEMENT

Dans le cadre de ma troisième année de licence en communication, j'ai participé à un challenge de communication. J'ai réalisé un rapport de référencement pour FCC Entreprises visant à améliorer leur SEO. Ce projet comprend un audit technique et sémantique du site, avec des recommandations pour optimiser les performances, la sécurité et le contenu. J'ai également analysé la concurrence et proposé des stratégies de netlinking pour renforcer leur visibilité en ligne et améliorer leur positionnement dans les moteurs de recherche.

R19	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Nom du problème	Type de problème	Priorité du problème	URL	% du total	Description	Comment corriger			
2	Sécurité: URL HTTP	Problème	Élevée		11	2,36	URL HTTP qui s	Toutes les URL doivent mener à des pages HTTPS sécurisées. Les pa		
3	Contenu: Double	Problème	Élevée		2	1,82	Pages identique: Il ne doit exister qu'une seule version canonique d'une URL qui est liée			
4	Codes de réponse	Problème	Élevée		47	9,85	URL internes av	Tous les liens d'un site Web devraient idéalement aboutir à des URL 20		
5	Sécurité: Contar	Problème	Élevée		1	0,21	Pages HTML chi	Toutes les ressources HTTP doivent être converties en HTTPS pour év		
6	URL: Contenu u	Problème	Faible		7	1,49	URL qui contient	Idéalement, des traits d'union devraient être utilisés comme séparateur		
7	Images: Texte A	Problème	Faible		81	27,18	Images qui dieq	Incluez un texte alt descriptif pour les images afin d'aider les utilisateur		
8	Sécurité: Liens s	Avertissement	Faible		94	20,04	URL pointant ver	Nous vous conseillons d'ajouter l'attribut rel="noopener" à tous les liens		
9	Sécurité: En-tête	Avertissement	Faible		411	87,63	URL qui n'ont pa	Envisagez de définir une politique de référent de type « strict-origin-wh		
10	URL: Caractères	Avertissement	Faible		15	3,2	URL avec des ca	Les URL doivent être converties dans un format ASCII valide, en codat		
11	H2: Multitide	Avertissement	Faible		38	40,43	Pages comporta	Veillez à ce que les <h2> soient utilisés dans une structure de sous-titr		
12	URL: Majuscule	Avertissement	Faible		4	0,85	URL qui contient	Idéalement, uniquement des caractères minuscules devraient être utilis		
13	Codes de réponse	Avertissement	Faible		1	0,21	URL externes av	Tous les liens d'un site Web devraient idéalement aboutir à des URL 20		
14	Sécurité: En-tête	Avertissement	Faible		411	87,63	URL qui n'ont pa	L'en-tête HSTS doit être utilisé sur toutes les pages pour indiquer au n		
15	Sécurité: En-tête	Avertissement	Faible		411	87,63	URL qui n'ont pa	Pour minimiser les problèmes de sécurité, l'en-tête de réponse X-Cont		
16	Sécurité: En-tête	Avertissement	Faible		411	87,63	URL qui n'ont pa	Pour minimiser les problèmes de sécurité, l'en-tête de réponse X-Fram		
17	Codes de réponse	Avertissement	Faible		11	2,31	URL internes qui	Dans l'idéal, tous les liens internes devraient pointer vers des URL à ré		
18	URL: Paramètre	Avertissement	Faible		6	1,28	URL qui incluent	Dans la mesure du possible, utilisez une structure d'URL statique sans		
19	Sécurité: Liens v	Avertissement	Faible		94	20,04	URL qui chargent	Mettez à jour tous les liens vers des ressources pour qu'ils soient des li		
20	H2: Manquant	Avertissement	Faible		56	59,57	Pages dont le <l	Envisagez d'utiliser des <h2> logiques et descriptifs sur les pages imp		
21	Sécurité: En-tête	Avertissement	Faible		411	87,63	URL qui n'ont pa	Définissez un en-tête de réponse Content-Security-Policy strict pour toi		
22	Titre des pages	Opportunité	Moyenne		56	59,57	Pages dont le tit	Rédigez des titres de page concis pour éviter que des mots importants		
23	Titre des pages	Opportunité	Moyenne		31	32,98	Pages dont les ti	Mettez à jour les doublons de titre de page si nécessaire, afin que chac		
24	Images: Environ	Opportunité	Moyenne		43	44,43	Images volumine	Les images non compressées alourdissent les pages et retent inutiles. 1		

Audit SEO à destination du Webmaster

AUDIT SEO FCC ENTREPRISES

EQUIPE APADÖ
V1.0 en date du 26/10/2024



Ce document vise à établir un diagnostic technique et sémantique de votre site tout en évaluant la performance de vos concurrents sur certains mots-clés. Il n'inclut pas l'analyse de mots-clés optimisés en fonction de vos services spécifiques, ni les suggestions concernant la structure du site, les profils clients (personae), ou la rédaction des balises méta.

Page de garde de l'audit SEO de FCC Entreprises

ANALYSE DE LA CONCURRENCE

URL	DOMAIN RATING (DR)	NB DE BACKLINKS	DOMAINS RÉFÉRENTS	MOTS CLÉS UNIQUES	TRAFIC MENSUEL
HTTPS://WWW.ENGIE.COM/	79	128 000	5 800	35 300	79 500
HTTPS://WWW.DALKIA.FR/	69	55 000	1 400	16 600	16 700
HTTPS://WWW.SPIEBATIGNOLLES.FR/	67	14 000	977	3 800	11 500
HTTPS://WWW.FIMI.FR/	31	4 900	271	513	870
HTTPS://WWW.ANVOLLA.COM/	29	39 771	157	80	440
HTTPS://GSTI-GROUPE.COM/	12	156	59	103	177
HTTPS://WWW.FCC-ENTREPRISES.FR/	9	167	80	296	475
HTTPS://CHAUFFAGE-DOLE.FR/	9	17	14	43	85
HTTPS://WWW.TOITURE-PUGET.COM/	8	34	20	36	37
HTTPS://WWW.BONNINCHAUFFAGE.FR/	6	51	4	273	68
HTTPS://CONSTRUCTIONBOIS...	2,8	22	28	43	5
HTTPS://WWW.GROUPEPALISSOT.FR/	2,2	34	24	47	102
HTTPS://SOLAIR-3S.FR/	1,9	20	15	7	0
HTTPS://GROS.FR/	1,6	64	29	24	52
SECTEUR D'ACTIVITÉS	BUREAU D'ÉTUDES / PRO	CHARPENTE	GLOBAUX	SAY	SOLAIRE

FCC Entreprises, étant active dans plusieurs secteurs, bénéficie d'un référencement cumulatif lié à l'ensemble des métiers représentés sur son site. Cependant, ce positionnement généraliste comporte un risque : Google pourrait interpréter le site comme trop diversifié, ce qui pourrait limiter sa note de Domain Rating (DR). Voici les points clés d'amélioration pour une stratégie SEO efficace et durable.

- **Référencement Multisectoriel et Positionnement**
Avec une présence sur divers marchés, FCC Entreprises doit structurer clairement son site pour guider Google et ses visiteurs vers les domaines d'expertise spécifiques. Cette architecture claire aidera à positionner le site comme spécialisé dans plusieurs métiers, plutôt que généraliste, ce qui renforcera son DR et sa crédibilité en SEO.
- **Concurrence et Popularité de Domaine**
Face aux concurrents, notamment les bureaux d'études et entreprises nationales, FCC est désavantagée en termes de nombre de domaines référents, ces derniers ayant souvent des centaines, voire des milliers de sites liés. La solution consiste à viser des backlinks de qualité en ciblant les professionnels partenaires, comme ceux qui utilisent vos services, pour qu'ils mentionnent FCC Entreprises sur leurs propres sites.
- **Stratégie de Backlinks : Qualité avant Quantité**
Plutôt que de s'engager dans une course coûteuse pour rivaliser avec des concurrents nationaux sur le nombre de backlinks, FCC devrait optimiser les liens existants. Obtenir quelques backlinks supplémentaires de sites à fort DR et de secteurs proches peut significativement renforcer son propre DR.
- **Axes de Travail : Sémantique et Technique**
Une stratégie SEO efficace ne repose pas uniquement sur le nombre de liens mais également sur la qualité du contenu. FCC Entreprises gagnera à soigner son contenu textuel, en optimisant chaque page avec des mots-clés précis et des informations de qualité. Une optimisation technique, en parallèle, contribuera également à améliorer le référencement naturel du site.

EN BREF
L'optimisation du site, axée sur une structure sectorielle claire, des backlinks qualitatifs et un contenu ciblé, permettra à FCC Entreprises d'améliorer durablement sa visibilité et son positionnement face aux concurrents.

Page sur l'Analyse SEO de la concurrence avec classement selon le DR



CRÉATION D'UN SITE WEB SEO-FRIENDLY



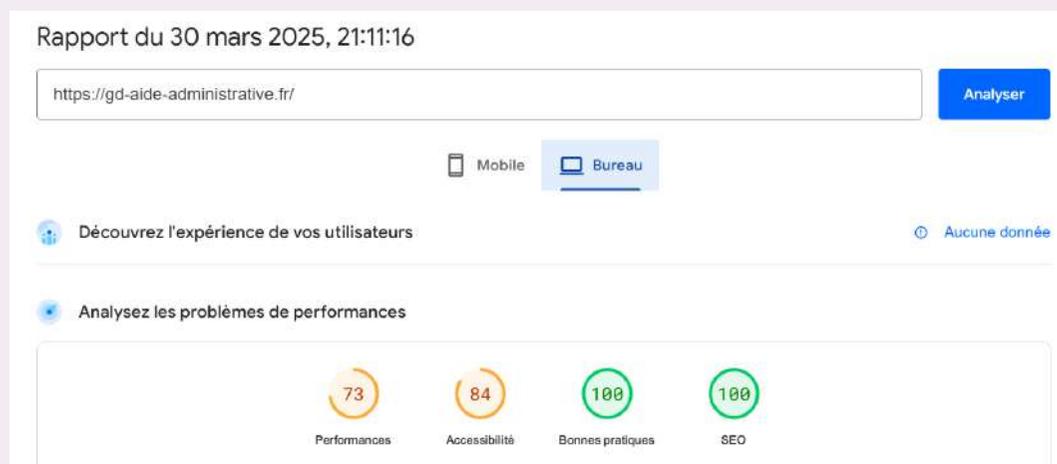
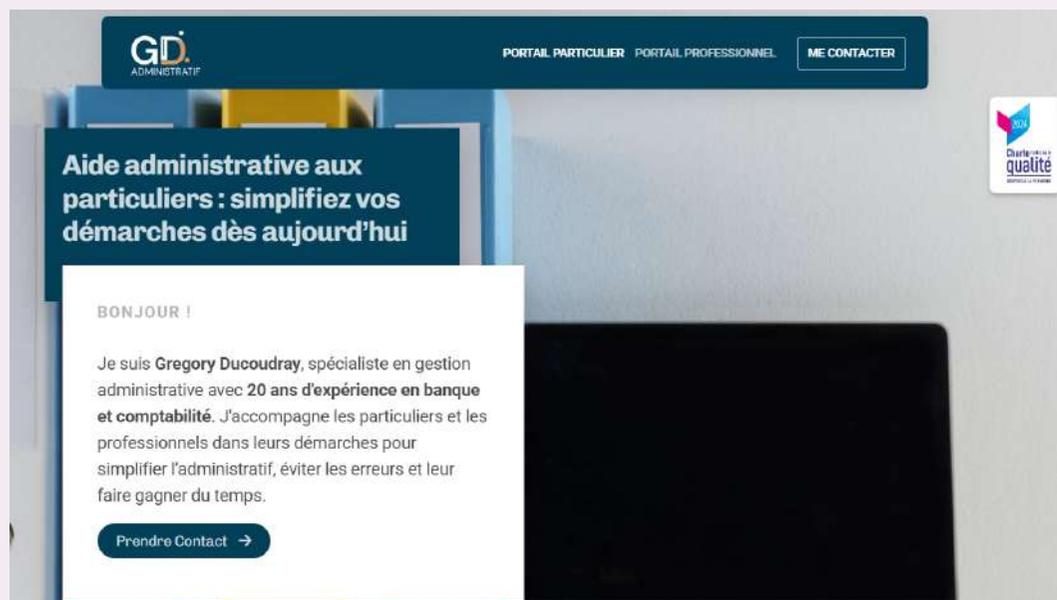
À la suite de ce rapport, j'ai obtenu un stage auprès de [Johan Theron, expert SEO iA](#).

Pendant ce stage, j'ai appris les bases du travail de référenceur SEO et ai travaillé pour l'un de ses clients : [Gregory Ducoudray](#).

Concrètement : j'ai réalisé ce site web de cinq pages, avec texte optimisé pour le SEO, redirection interne et stratégie de netlinking, le tout accompagné d'une charte graphique.

Je travaillais sur l'éditeur d'Infomaniak (outil jusqu'alors jamais utilisé) et avais complété les failles de l'outil avec du code en html.

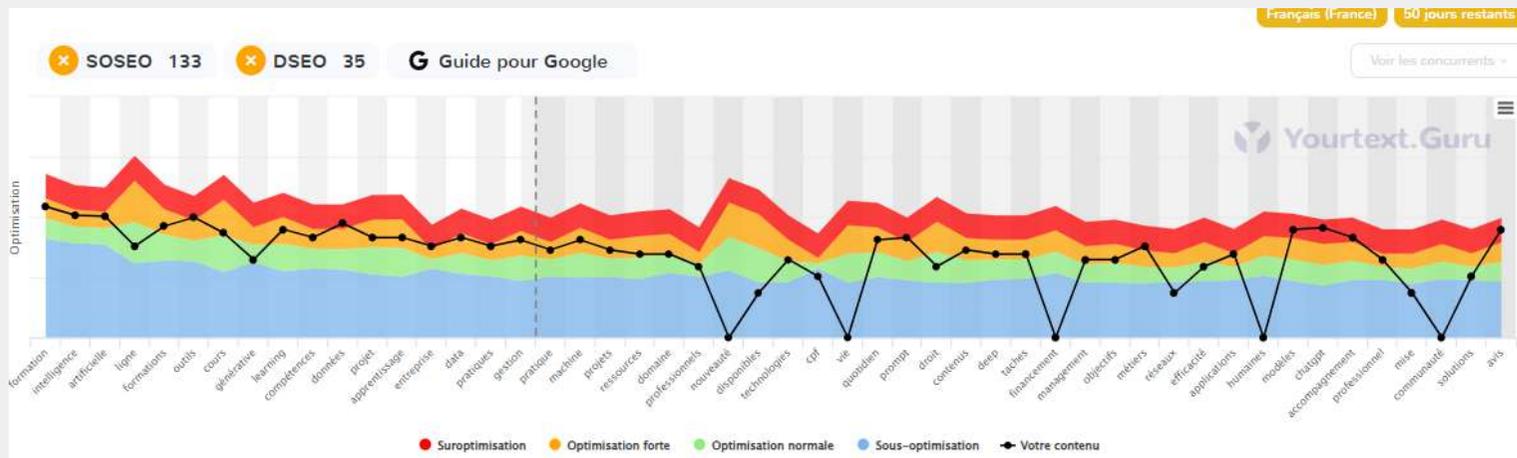
Vous pouvez constater ici les fruits du travail réalisé, avec un score parfait en bonnes pratiques et en SEO. (L'accessibilité et la performance dépendent de l'architecture technique du site et je n'ai donc que partiellement la main dessus.)



CRÉATION DE TEXTE OPTIMISÉ POUR LE SEO



OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT POUR GOOGLE



J'ai utilisé l'outil YourTextGuru pour optimiser les textes d'une page pour le référencement.

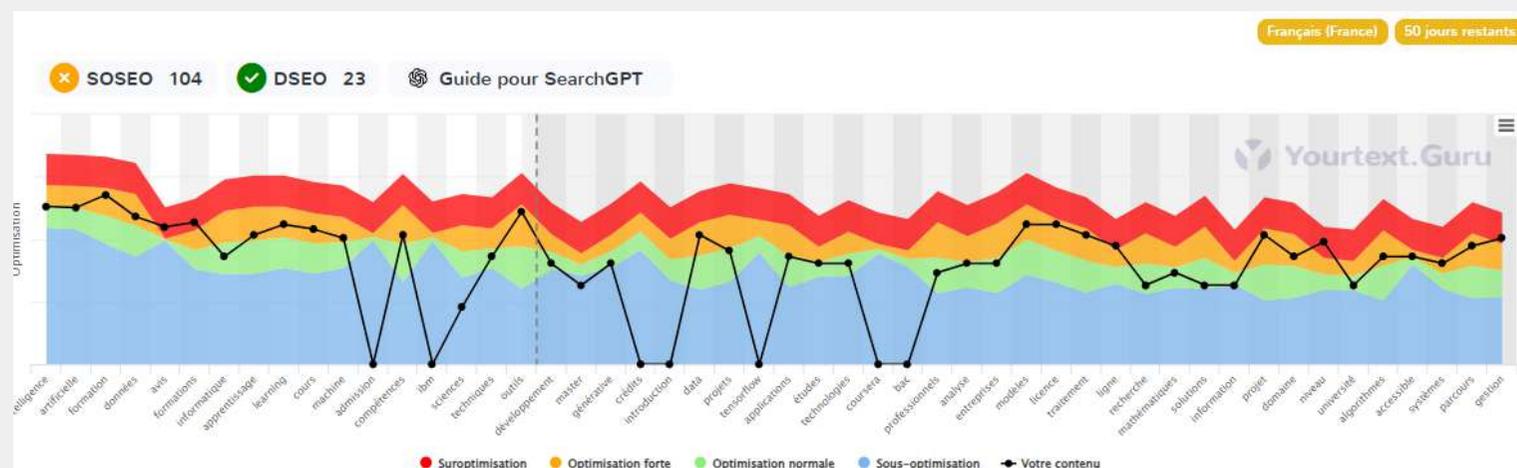
Ces textes sont donc à la fois optimisés pour le moteur de recherche Google (SEO), mais aussi pour ChatGPT (GEO).

L'intérêt ici d'optimiser pour le moteur de recherche de ChatGPT répond au constat que de plus en plus de gens utilisent l'IA pour faire leurs recherches en ligne.

Vous constaterez probablement que la courbe noire représentant la présence d'un mot dans le texte n'est pas toujours en parfait accord avec les courbes en couleur représentant les objectifs à atteindre.

Cela s'explique par le fait que les objectifs de Google n'étaient pas ceux du client ; en d'autres termes, c'est un parti pris.

ET POUR CHATGPT



DÉVELOPPEMENT D'AGENT IA AUTONOME

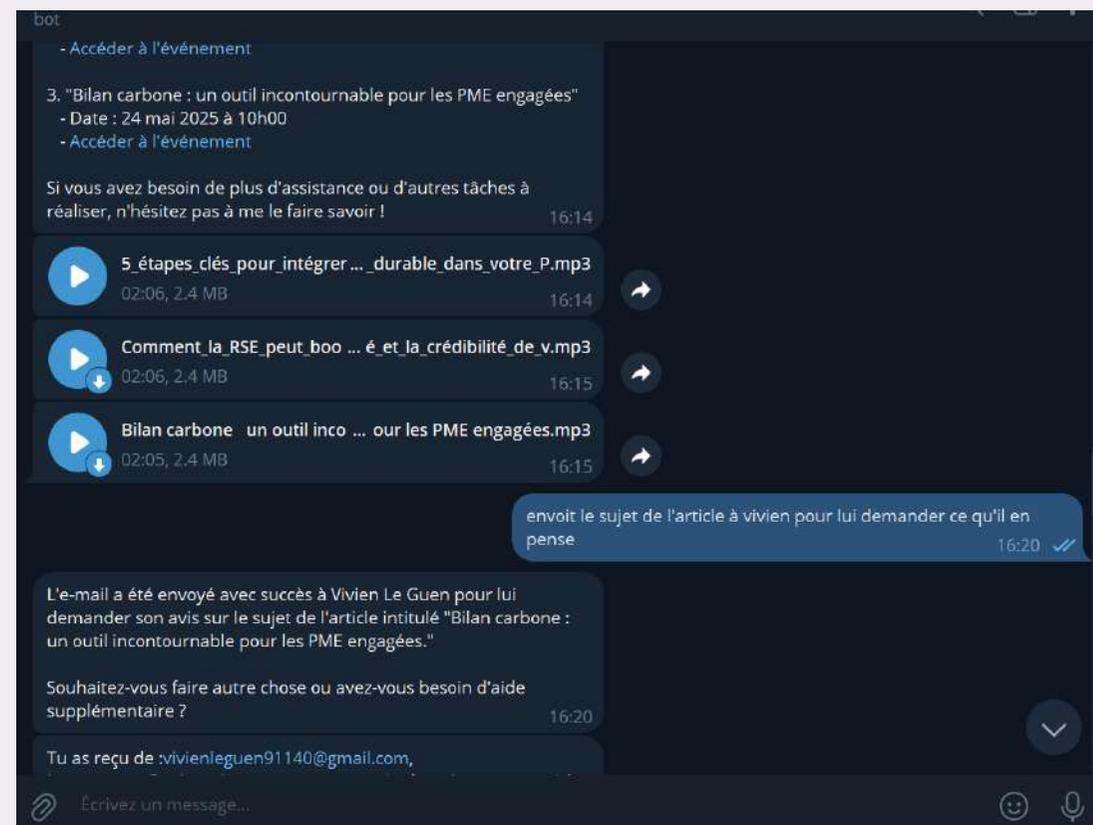
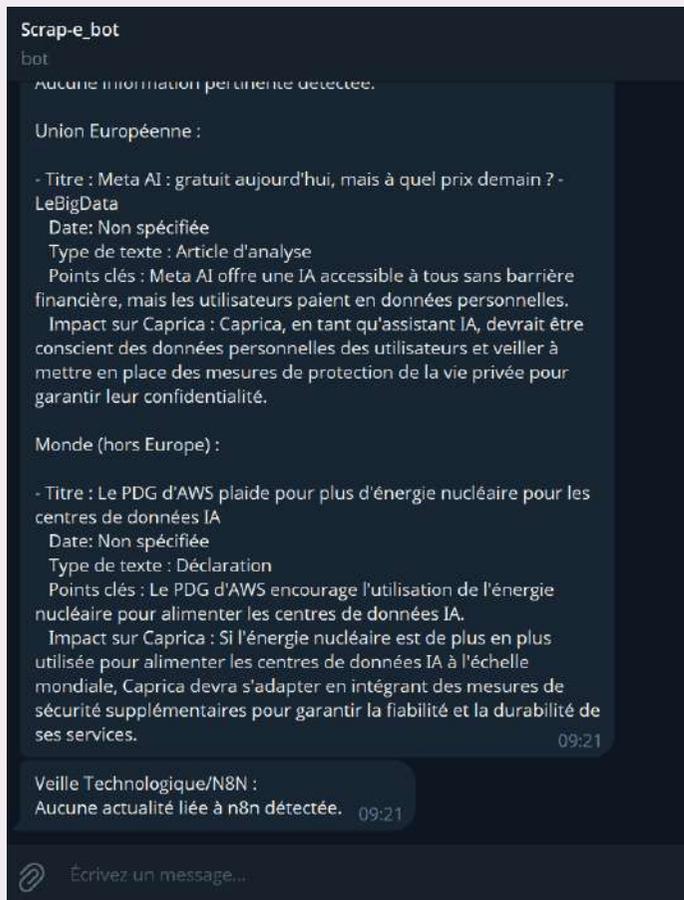


Cela fait maintenant 3 ans que je suis attentivement le développement de l'IA. Et c'est seulement lors de mon stage chez Johan Theron IE que j'ai eu l'occasion de développer moi-même un agent IA qui me seconde dans mes process de communication.

Les agents IA que j'ai développés me permettent d'automatiser un certain nombre de tâches, comme par exemple :

- Trier et gérer mes mails.
- Gérer mon agenda et mes rendez-vous.
- Publier automatiquement sur LinkedIn et sur des sites web.
- Faire une veille

Et on peut s'adresser à cet agent IA depuis différentes plateformes, telles que mail, WhatsApp, Telegram, etc



MERCI !

N'HÉSITEZ PAS À ME CONTACTER

 vivienleguen91140@gmail.com

 06 52 46 22 93

 [vivien-le-guen](https://www.linkedin.com/in/vivien-le-guen)