

## **AVERTISSEMENT**

L'université de YAOUNDE II n'entend donner aucune approbation ou improbation aux opinions contenues dans cette réalisation professionnelle. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

## SOMMAIRE

<b>AVERTISSEMENT</b> .....	<b>i</b>
<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>ii</b>
<b>DEDICACE</b> .....	<b>iii</b>
<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>iv</b>
<b>SIGLES ET ABBREVIATIONS</b> .....	<b>v</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE</b> .....	<b>2</b>
CHAPITRE I : ASPECTS GENERAUX .....	3
CHAPITRE II : STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET FONCTIONELLE DE L'AGENCE. ....	7
<b>DEUXIEME PARTIE: DÉROULEMENT DU STAGE</b> .....	<b>13</b>
CHAPITRE I : ACCUEIL ET TACHES EFFECTUEES AU SEIN DE L'AGENCE.....	14
CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES AU SEIN DE L'AGENCE. ....	16
<b>TROISIEME PARTIE : BILAN DU STAGE</b> .....	<b>21</b>
CHAPITRE I : APPORT DU STAGE .....	22
CHAPITRE II : REMARQUES, DIFFICULTES ET SUGGESTIONS.....	24
<b>CONCLUSION</b> .....	<b>26</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	<b>27</b>
<b>LISTE DES ANNEXES</b> .....	<b>28</b>
<b>TABLES DES MATIÈRES</b> .....	<b>33</b>

**DEDICACE**

*A*  
*Ma famille*

## **REMERCIEMENTS**

Nous profitons par le biais de ce rapport, pour exprimer nos remerciements à toute personne ayant contribué de près ou de loin au déroulement de ce stage et de notre formation.

Notre reconnaissance et notre gratitude vont à l'endroit des personnes suivantes :

- Au Professeur Alice NGA MINKALA, directrice de l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication également chef de département de la filière publicité pour ces trois années d'accompagnement ;
- À tous les enseignants de l'ESSTIC en particulier à ceux de la filière publicité et ceux spécialisée dans la communication pour la qualité des enseignements ;
- Au directeur d'ICEBERG PLUS DOUALA et celui de YAOUNDE, M. NYEMECK NYEMECK Blaise Pascal et M. NGANDO Simon, pour nous avoir accordé le privilège de réaliser ce stage académique au sein de son agence et pour nous avoir encadré, conseillé et encouragé durant ces 3 mois ;
- Au personnel d'ICEBERG PLUS pour leur encadrement ;
- A la 26eme promotion de publicité de l'ESSTIC pour tous les moments passés ensemble ;
- Que toute personne ayant contribué de prêt ou de loin durant ma formation sente ainsi l'expression de ma profonde considération.

## **SIGLES ET ABREVIATIONS**

<b>ESSTIC</b>	École Supérieur des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication
<b>M.</b>	Monsieur
<b>Tel</b>	Téléphone
<b>UGS</b>	United Group Sport

## **INTRODUCTION**

L'école supérieure des sciences et techniques de l'information et de la communication oriente ses étudiants à suivre des stages dans les organisations dont les activités correspondent à leur formation. Une école de formation est celle qui donne la possibilité à ses étudiants de se familiariser avec celle qui donne la possibilité à ses étudiants de se familiariser avec le monde professionnel, ceci afin d'établir le rapport entre les théories apprises à l'école et les réalités de la pratique sur le terrain. Pour ce qui est des étudiants de publicité 3 nous sommes appelés à effectuer un stage de participation dans une agence conseil en publicité d'une durée de 3 mois selon les recommandations de la charte graphique pour ne déroger à la règle, nous avons effectués un stage d'une durée de 3 mois de la période allant du 04 Août au 04 octobre 2022 dans l'agence conseil nommée Iceberg Plus. Le présent rapport dudit stage sera structuré en trois grandes parties, tout d'abord la présentation de l'entreprise, ensuite le déroulement du stage et enfin le bilan du stage.

# **PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE**

## **CHAPITRE I : ASPECTS GENERAUX**

### **I- PRESENTATION DE L'AGENCE**

#### **1- Historique**

ICEBERG PLUS est une entreprise a débuté le 01<sup>er</sup> Août 2018 et pris officiellement créer le 1<sup>er</sup> Mars 2019. Celle-ci est localisée dans la ville de Douala et principalement dans le quartier Bonamoussadi où se situe le siège principal. Ses principales activités sont la communication et le marketing digital. Elle a par ailleurs dans le cadre de l'extension de ses activités fait de la vidéo surveillance et du développement des applications ses activités secondaires. De plus, ICEBERG PLUS, toujours dans le cadre de son extension sur le plan de la localisation, créé un local à Yaoundé plus précisément à Biyem-assi au niveau de CAMTEL. Cette structure est perpétuelle croissance est un cadre d'innovation et d'expertise dans ses domaines de compétences.

#### **2- Mission et vision**

##### **a) Mission**

ICEBERG PLUS n'a qu'une seule mission qui est faire de l'agence ICEBERG PLUS, un groupe de communication leader au Cameroun.

##### **b) Vision**

Leur vision revient à assurer une parfaite cohérence entre l'image que leurs clients souhaitent diffuser et la stratégie mise en place, mais surtout de réserver à chaque client une création unique ; leurs principaux atouts sont le dynamisme et la créativité. Ce qui leur permet d'apporter à chacun de leur client l'assurance d'une idée totalement dédiée.



### **3- Les métiers**

ICEBERG PLUS est une agence conseil assez dynamique aux services variés. L'objectifs est de pouvoir satisfaire tous les clients quel que soit leurs besoins. Ses services sont les suivants :

#### **- Publicité**

L'agence conçoit des stratégies de campagne, la création et productions des supports, la création de charte graphique, identité visuelle, création de campagne publicitaire, la visibilité sur les points de vente, conseil et stratégie publicitaires, conception et réalisation packaging et tournage de spots TV et radio.

#### **- Relation Publique**

Il s'agit de la gestion image de marque, la relation presse, la construction notoriété, le e-commerce, le conseil en stratégie en relation publique, la veille stratégique, le lobbying, les campagnes et stratégie d'image et montage et mise à jour des sites internet.

#### **- Medias**

Ici, il s'agit de mettre en stratégie et management des médias, la gestion des relations presse, planning medias, achat d'espace médias, veille stratégique et concurrentielle, les couvertures médias, les gestions des relations presse, rédaction d'articles journalistiques et organisation des conférences de presse.

#### **- Marketing**

Il s'agit ici d'effectuer une stratégie et plan marketing, planning marketing, conception et des créations produit, communication marketing, buzz marketing, étude des marchés, veille stratégique et concurrentielle, montage opérations marketing et le merchandising. Pour accompagner les entreprises ayant besoin d'action marketing.

- **Sport**

Il s'agit de faire le management sportif, formation consultants sportifs, marketing sportif, achat et vente des droits d'image, gestion image des sportifs, recherches des sponsors, réalisation CV des sportifs, de la communication des clubs sportifs, recherche d'équipementiers, recherche des partenaires sportifs et sport en entreprise. Tout cela en vue d'accompagner les joueurs et prendre soin des entreprises effectuant dans ce domaine.

- **Digital et Médias sociaux**

Il s'agit ici d'apporter un lus à une entreprise en lui fournissant ce dont elle a besoin fonction de ses manques. On parlera ici du community management, push sms, des insertions dans les réseaux sociaux, animation page Facebook et Twitter, le e-commerce, des réalisations supports web, des newsletters et push-mailing, le référencement web, l'achat et la réservation des espaces publicitaires, le montage et la mise à jour des sites internet, la gestion du trafic dan Facebook et Twitter.


- **Formation**

Dans ce service, il s'agit de permettre aux personnes de recevoir une formation. Les formations sont dans les domaines de bureautiques (word, excel, PowerPoint, publisher), sur photoshop, autocars, réseaux, internet, maintenance informatique, community manager, sage saari, gestion de la communication et la pay.

## II- IDENTIFICATION DE L'AGENCE

### 1- Fiche signalétique

Tableau : Fiche signalétique

ELEMENTS	DESCRIPTIONS
Dénominations	ICEBERG PLUS Agence conseil en communication et marketing digital
Statut juridique	SARL
Domaines d'activités	<ul style="list-style-type: none"><li>- Création des sites web</li><li>- Marketing digital</li><li>- Infographe</li><li>- Applications mobiles</li><li>- Évènementiel</li><li>- Push sms</li><li>- Consulting</li><li>- Formations</li></ul>
Date de création	01/03/2019
Siège social	Douala Bonamoussadi Bloc 12
Logo	
Manager	M.NYEMECK NYEMECK Blaise Pascal
Capital	1.000.000 Franc CFA
Nombre d'employés salariés	10 personnes
Numéro contribuable	M0044912841009W
Slogan	La lueur qui vous met en exergue
Contacts	678 10 02 82/ 658 85 30 98
Email	<a href="mailto:Icebergplus47@gmail.com">Icebergplus47@gmail.com</a>
Site Internet	<a href="http://www.icebergplus.net">www.icebergplus.net</a>

## **CHAPITRE II : STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET FONCTIONNELLE DE L'AGENCE.**

### **I- LA DIRECTION**

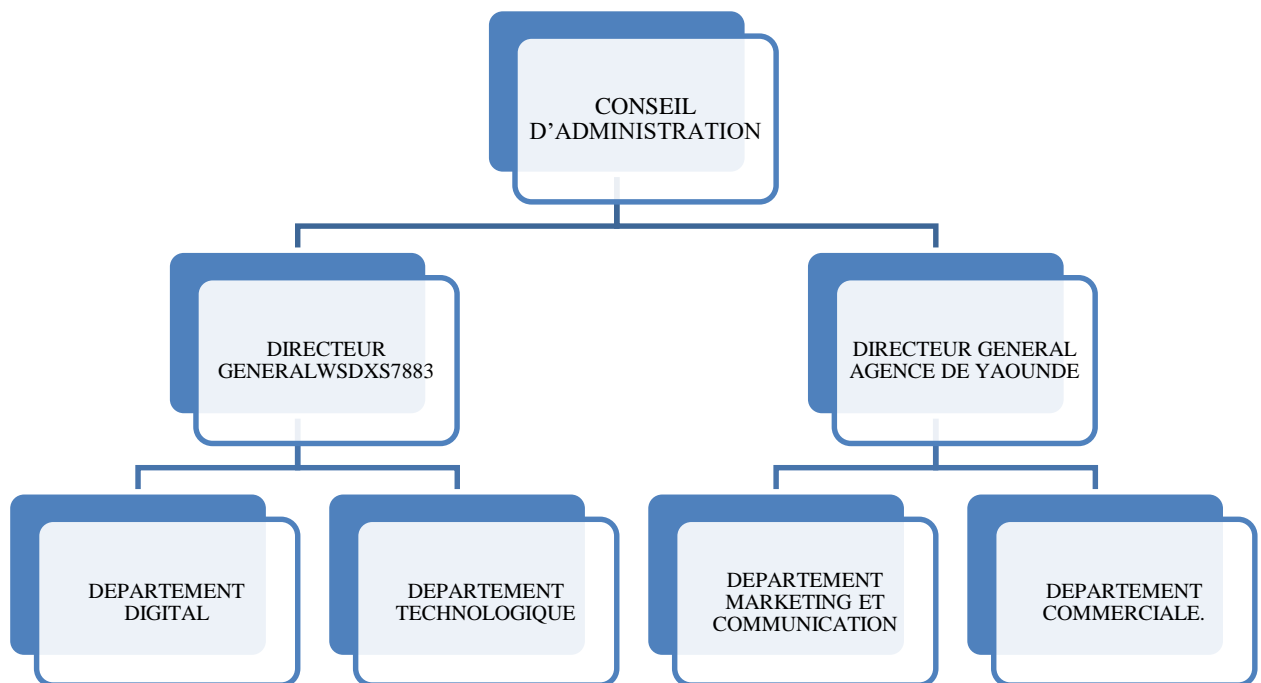
Celui-ci épouse les règles assez modernes et a un style de management qui trouve son fondement dans une collaboration entre les divers acteurs de l'organisation.

- ✓ **Le conseil d'administration** : il conçoit toutes les politiques de gestion de l'entreprise sur le plan stratégique que le Directeur Général a l'obligation de mettre en application, il a le pouvoir de désigner les mandataires sociaux chargés de gérer la société ;
- ✓ **CEO (Chief executive officer)** : c'est le niveau décisionnel stratégique représenté par le Directeur Général. Les décisions prises à ce niveau sont des orientations à long terme. Son autorité s'étend sur toute la structure, il a pour fonction de présenter les décisions stratégiques de l'entreprise, assurer le marketing de la société, coordonner les activités de l'entreprise, recruter le personnel et les stagiaires ;
- ✓ **L'assistant de direction** : qui joue un rôle essentiel dans l'organisation de la société, il organise la tenue des réunions et la réalisation de leur compte rendu, fournit les documents de travail, décharge le directeur de toutes les tâches administratives ;
- ✓ **Le CDO (Chief Data Officer)** : il élabore et met en œuvre un plan d'action digital global, déploie des projets en interne au près des différents services, définit un budget et sa répartition pour la réalisation des objectifs digitaux, stimule l'innovation, manage l'équipe marketing ;

- ✓ **Graphic Designer** : son rôle est d'exprimer la demande du client par l'image, participer au montage, à la numérisation et au choix des couleurs et du texte à incorporer, identifier et analyser la demande du client.
- ✓ **Community Manager** : il est chargé de développer la stratégie d'influence sur les réseaux sociaux, de mettre en place une veille concurrentielle pour l'employeur, de suivre le développement de la notoriété sur le web, d'animer les communautés sur les réseaux sociaux , relayer et diffuser les actions conduites par l'entreprise.
- ✓ **CTO (Chief Technic Officer)** : il identifie les risques et les opportunités technologiques, définit les stratégies de l'innovation en coopération avec les dirigeants, implication en recherche et développement, se charge de la veille technologique ;
- ✓ **IT Manager** : il conçoit , développe, met en œuvre et coordonne les systèmes des politiques et des procédures ; assure la sécurité des données, l'accès au réseau et les systèmes de sauvegarde ; identifie les domaines problématiques et met en œuvre des solutions stratégiques dans le temps ;
- ✓ **Web Designer** : il se charge de la rédaction du cahier des charges du site, de la conception des graphiques, des animations et manipuler des photographies numériques, de la rédaction des codes à l'aide d'une variété de logiciel, optimise des moteurs de recherche (SEO), conçoit les pages web, assure la liaison avec les agences extérieurs ;
- ✓ **CMO (Chief Marketing Officer)** : il participe à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique commerciale, il élabore et améliore les méthodes marketing, il organise, anime et coordonne les équipes marketing ;
- ✓ **Customer Manager** : il est chargé de la prospection et de la commercialisation auprès des entreprises, développe et fidéliser le portefeuille client, cible les client potentiel et gère la relance client ;

- ✓ **Web Marketing Manager** : il conçoit, construit et maintient la présence dans les réseaux sociaux, identifie les tendances, les idées et optimise les dépenses et les performances en fonction des idées, collabore avec les équipes internes pour créer des pages de destination et optimiser l'expérience utilisateur ; mesure et rend compte des performances de toutes les campagnes de marketing numérique et évalue par rapport aux objectifs.

Figure1 : organigramme



## **II- STRUCTURE FONCTIONNELLE DE L'AGENCE**

### **1- Organisation du travail**

L'entreprise comprend quatre (04) départements, tous sous la tutelle du manager qui oriente le travail en vue d'apporter un travail complémentaire et un soutien aux employés. De plus, il est donné aux jeunes étudiants appelés à prendre la relève dans le domaine de la publicité ou de la communication, en admettant en son sein des stagiaires académiques et professionnels.

ICEBERG PLUS met en place toutes les mesures nécessaires dans l'objectif de satisfaire sa clientèle et de permettre à son personnel d'avoir un cadre propice de travail pour mener à bien ses missions. Ainsi, elle organise son fonctionnement de la manière suivante :

- Brief et débrief selon les standards professionnels ;
- Réunion hebdomadaires avec les clients sous contrat avec compte rendu systématique ;
- Suivi et respect des procédures définies (devis, bons de commande, facture, etc.) ;
- Évaluation de chaque opération implémentée ;
- Choix méthodique et méticuleux des fournisseurs ;
- Une direction disponible, accessible, pro active et réactive.

### **2- La communication à ICEBERG PLUS**

#### **a) La communication interne :**

C'est l'ensemble des actions et moyens de communication menés à destination des publics interne au sein d'une entreprise. Ainsi, celle de ICEBERG PLUS se fait de la manière suivante : lorsque l'assistante du directeur rapporte une

information ou alors le travail d'un client à l'agence, il fait appel à tous les employés (en fonction du travail demandé) et leur donne un brief. À la suite de cela, les employés organisent une réunion de travail et commencent par une séance de brainstorming dans le but d'impliquer toute l'équipe et de créer une bonne ambiance afin d'obtenir un meilleur rendement. Pour cela, l'agence se sert en majorité des outils tels que :

- Les réunions mensuelles : elles se tiennent en fin de mois avec les directeurs des entreprises de Douala et Yaoundé afin de faire le bilan du mois précédent, en vue de connaître le niveau d'avancement des travaux, les évaluer ainsi que ce en cours également booster l'équipe pour les mois à venir.
- Les groupes WhatsApp : il s'agit de permettre aux employés d'ICEBERG PLUS de rester en alerte de nouvelles idées, projets et avoir des informations sur des travaux urgent. C'est le moyen par lequel les employés présentent les problèmes rencontrés lors de l'accomplissement des tâches qui sont confiées à tous les membres de l'équipe.

#### **b) La communication externe**

Elle désigne l'ensemble des actions et des moyens de communications dirigés à l'extérieur et vers les publics cibles afin de valoriser l'entreprise et son savoir-faire. La communication d'ICEBERG PLUS est constituée d'un ensemble de moyens média et hors-média pour toucher son public externe notamment :

##### **➤ Les moyens médias**

- ICEBERG PLUS possède un site internet : [icebergplus.net](http://icebergplus.net)
- Une adresse e-mail : [icebergplus47@gmail.com](mailto:icebergplus47@gmail.com)
- Une page Facebook : Icebergplus
- Une page Twitter : @IcebergPlus
- Une page Instagram : Iceberg Plus



➤ **Les moyens hors-médias**

En ce qui concerne le hors-média, ICEBERG PLUS fait :

- Les tracts
- Les blocs-notes
- Les gadgets publicitaires

**3- Le portefeuille**

Au regard de leurs missions, fonctionnement et communication, ICEBERG PLUS par son personnel qualifié et performant a su se doter un portefeuille client assez fourni dans divers domaines d'activités avec lesquels elle a créé un lien de confiance et de satisfaction permanente.



## **DEUXIEME PARTIE: DÉROULEMENT DU STAGE**

La première partie de notre rapport a été consacrée à la présentation de notre structure d'accueil. Cette seconde nous permettra de retranscrire notre passage à ICEBERG PLUS, de l'accueil aux différentes activités menées.

## **CHAPITRE I : ACCUEIL ET TACHES EFFECTUEES AU SEIN DE L'AGENCE.**

### **I- ACCUEIL**

Le jeudi 04 Août 2022 fût premier jour à ICEBERG PLUS, la veille nous avons reçu des instructions du manager M. NGANDO SIMON ainsi que du directeur de douala M. NYEMECK NYEMECK BLAISE qui nous ordonnait de passer à l'agence à Camtel BIYEM-ASSI dans le marché. C'est ainsi que le jeudi proprement dit aux environs de 09h30 min nous étions aux portes de l'agence que nous avons très difficilement repérées. Nous avons été accueilli par Monsieur NYEMECK NYEMECK qui nous a donné les directives à suivre ainsi que poser des questions sur nos performances ensuite nous avons eu un entretien avec Monsieur NGANDO Simon, qui portait quasiment sur les mêmes volets et qui nous a informé à la fin de cet entretien que nous pourrions directement commencer le stage. La séance de présentation avec le personnel n'a été faite que la semaine qui suivait car le personnel n'étant pas nombreux était en mission.

### **II- IMPLICATION**

Après l'accueil chaleureux que nous avons eu par les différents directeurs, nous nous sommes vus affecté un bureau que nous devons occuper durant nos trois (03) mois de stage, ensuite le directeur nous a fait un petit discours sur la conduite à tenir dans son agence pour le bon fonctionnement de l'agence. Ensuite, il a décidé de nous imprégner de certaines tâches en vue d'aider à l'évolution de l'entreprise. Par ailleurs, il nous a fait part de ce qu'il attendait exactement de nous à savoir :

- La ponctualité, l'assiduité : aucune absence fantaisiste n'est toléré au travail sachant qu'il commence à 09h30, sauf en cas d'alerte au préalable à un des employés ;
- La discipline au travail ;
- Les travaux autres que ceux d'ICEBERG PLUS ne doivent être exécutés au sein de l'entreprise ;
- Effectuer les tâches demandées ;
- La valorisation de l'esprit d'équipe, etc...

En résumé, l'accueil et l'implication ont été agréables. Les échanges avec le manage qui nous a accueilli dans l'entreprise nous ont fait comprendre quel comportement adopter pour le bon déroulement de notre stage.

## **CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES AU SEIN DE L'AGENCE.**

### **I- LES ACTIVITÉS LIÉES À LA CONCEPTION REDACTION**

Nous avons rédigé plusieurs travaux liés à la conception et à la rédaction pour l'entreprise ainsi que pour certains de leurs clients.

#### **1- Proposition d'une stratégie marketing pour les services de l'entreprise**

**Description de l'activité :** il s'agissait ici de rédiger une stratégie marketing pour la promotion de l'entreprise. ICEBERG PLUS étant une nouvelle entreprise cherche ainsi à mieux s'imprégner dans le marché, en vue de faire valoir ses différents services particulièrement les moins populaires tel que les push sms.

**L'objectif de l'activité :** l'objectif ici revenait à établir un moyen de vendre les services en ayant plus d'accès sur le digital qu'en présentiel afin de faciliter la tâche à leur client intéressé par ce service.

**Parties prenantes :** nous étions accompagnés de Bella MINTYENE dans ce travail. (Stagiaire de ICEBERG PLUS)

**Méthologie :** pour mener à bien cette activité, nous avons tout d'abord évalué le taux de connaissance des push sms car était le service principal sur lequel nous travaillons, ensuite nous avons recensé les entreprises qui avaient également le même service ; à base de cela nous avons ainsi défini un contexte dans lequel travailler, nous avons posé une problématique à résoudre soit ce que nous devrions faire, nous avons défini les objectifs à atteindre pour résoudre la problématique, défini les différentes cibles, c'est-à-dire à qui nous allons nous adresser, et enfin nous avons défini et justifié quelque actions marketing à mener.

**Travail réalisé :** nous avons réalisé un PowerPoint dans lequel nous avons fait une présentation complète du travail à savoir : les résultats présentant les différents concurrents, la problématique posée, des objectifs et cibles définis, établit un tableau présentant les forces, faiblesses, opportunités, menaces des push sms, nous proposer des alternatives de solutions pour résoudre la problématique posée.

**Évaluation du travail :** l'évaluation de ce travail a été faite par les employés ainsi que M. NGANDO SIMON. Ils ont relevé le fait que nous avons été prompts dans le travail ; de plus le travail a été apprécié dans la globalité mais aussi au travers des efforts effectués pour les recherches fournis mais on beaucoup plus critiqué la présentation de notre PowerPoint. En effet, il a été jugé par l'infographe de l'entreprise que nous devrions apprendre à faire des PowerPoint moins chargé ; de plus que des remarques nous ont été portées comme celle de mieux démontrer nos idées.

**Difficultés rencontrées :** la principale difficulté rencontrée pour cette activité était le manque d'information ainsi que le délai de rendement très court ce qui rendait le travail très difficile.

## **2- Élaboration d'une stratégie de communication pour l'entreprise :**

**Description de l'activité :** il revenait d'établir une stratégie de communication qui permettra à l'entreprise de mieux connaître l'entreprise. De proposer des moyens de communication qui feront adhérer les potentiels clients.

**Objectifs de l'activité :** cette stratégie de communication avait pour objectif de mettre en avant la structure bien que Startup qui n'est autre que ICEBERG PLUS.

**Les parties prenantes :** Nous étions accompagnés de Bella MINTYENE, BELINGA HUGUES (Tous les stagiaires).

**Méthologie :** Pour effectuer ce travail, nous avons d'abord effectué un rassemblement des concurrents de l'agence, ensuite, nous avons placé le travail dans un contexte précis, nous avons fait ressortir le problème ainsi que le problème à résoudre par la communication, présenté les objectifs, la cible, l'axe de communication ainsi que les moyens média et hors-média et établit un devis.

**Travail réalisé :** Nous avons réalisé un PowerPoint en vue de présenter notre idée et un document Word que nous avons envoyé au directeur.

**Évaluation du travail :** Ce travail a été évalué par l'équipe directeur-employé. Le travail a été jugé recevable et plein de bonnes idées. Néanmoins des modifications et corrections ont été apportées pour le document Word.

**Difficultés rencontrées :** La réelle difficulté fût celle de travailler avec les autres stagiaires étant à la maison ainsi que le délai de rendement du travail.

### **3- Élaboration d'un audit de communication digitale ainsi qu'une stratégie de communication pour le compte de VILLAGE NOAH**

**Description de l'activité :** Pour effectuer cette activité, nous devons effectuer un audit de communication digitale, ainsi qu'un diagnostic. De plus, nous devrions établir une stratégie de communication tout en présentant le problème de communication, les objectifs, l'axe de communication.

**Objectifs de l'activité :** Cette stratégie avait pour but de faire ressortir les manquements du Village NOAH, et de parvenir à leur présenter un contrat qui leur permettra de combler les failles.

**Parties prenantes :** BELINGA HUGUES, BELLA MINTYENE (tous les stagiaires) ainsi que les employés de l'entreprise.

**Méthologie du travail :** pour mener à bien ce travail, nous avons effectué un benchmark des entreprises effectuant dans les mêmes domaines que **Village NOAH** nous avons effectué une veille concurrentielle afin d'identifier le taux de notoriété via les réseaux sociaux, ensuite fait l'audit de communication digitale, et identifier les différents problèmes auxquels l'entreprise fait face puis nous avons identifié quel pack de l'entreprise ICEBERG PLUS permettrait de résoudre l'ensemble de leur problème.

**Travail réalisé :** En vue de mener à bien l'exercice, nous avons effectué un PowerPoint de présentation qui nous permettrait de montrer à l'un des responsables de **Village NOAH** les travaux de recherche effectuée.

**Évaluation du travail :** le travail fût apprécié dans son ensemble malgré l'apport de quelque correction apportée par M. NGANDO Simon, de plus qu'au travers du travail abattu nous avons pu obtenir au compte de l'agence un contrat de 1 an (un an) avec Village NOAH. (Voir annexe 1)

**Difficultés rencontrées :** Compte tenu de l'importance du travail, nous avons reçu une énorme pression de travail.



## **II- AUTRES ACTIVITES**

### **1- Veille concurrentielle de UGS (Union Group Sport)**

Nous avons effectué des recherches concernant toutes association et tout groupe effectuant dans le même domaine en vue de comparer les entreprises en vérifiant ce que fait l'entreprise leader ou alors le principal concurrent et que UGS ne fait pas. Nous avons comparé selon plusieurs facteurs que nous avons appelés des indicateurs de performances. La veille concurrentielle effectuée était purement digital, il s'agissait de recenser le nombre d'abonné sur Facebook, Twitter, Instagram et connaitre si il y a un site web à leur actif ; observer la fréquence de publication par mois et/ou par semaine et mentionner la dernière date de publication sur chacun des réseaux cités. Durant nos trois (03) mois de stage à ICEBERG PLUS, nous étions chargés d'effectuer des veilles concurrentielles pour toutes les entreprises clients et prospects.

### **2- Proposition de scénario**

Nous avons plusieurs fois proposé des scénarios pour le compte de l'entreprise et aussi pour d'autres structures cliente à elle. Nos propositions étaient centrées sur la présentation générale de l'agence conseil ICEBERG PLUS. Le travail consistait à proposer 03 (trois) scénarios pour le compte de l'entreprise en vue de réaliser un spot vidéo qui sera publié sur les différentes plateformes que possède l'entreprise.

Par ailleurs, pour le compte des entreprises clients, le travail pouvait être le même ou encore être un travail de proposition de scénario sur la présentation d'un produit.

### **3- Création d'un contrat de partenariat**

Cette activité consistait à établir d'un contrat joignant ICEBERG PLUS avec d'autres entreprises.

## **TROISIEME PARTIE : BILAN DU STAGE**

Après trois mois d'apprentissage, de travail et surtout de mise en pratique des théories acquises pendant notre formation à l'ESSTIC, il est judicieux de faire un bilan général sur le stage effectué au sein de l'agence conseil ICEBERG PLUS. À la suite de la présentation de l'institution qui nous a accueilli, nous avons mis en exergue les activités et tâches effectuées, et au sortir de là, il est nécessaire de faire une introspection de notre passage dans cette agence conseil. Cette partie est donc consacrée à relever les apports du stage tant sur le plan académique, professionnel que personnel. Ainsi donc, nous présenterons les aspects positifs et négatifs observés et nous y apporterons des suggestions.

## **CHAPITRE I : APPORT DU STAGE**

Notre séjour à ICEBERG PLUS nous a permis d'acquérir de nouvelles connaissances, notions, de toucher du doigt la profession de publicitaire et de faire face aux réalités du milieu professionnel. Nous avons eu l'occasion de compléter et de mettre en pratique, les enseignements reçus, tout en nous permettant d'acquérir de nouvelles aptitudes sur les plan personnel, académique et professionnel.

### **I- SUR LE PLAN PERSONNEL**

Ce stage nous a permis tout d'abord dévaluer notre niveau d'apprentissage, d'intégrité sur le plan social dans un cadre autre que le cadre familiale et scolaire. Nous avons pu développer en nous es valeurs notamment, l'écoute, l'humilité, le respect des idées d'autrui ainsi que de sa pensée, l'ouverture d'esprit, la créativité, la rigueur dans le travail mais aussi et surtout le travail d'équipe. Par ailleurs, nous avons pu au travers de ce stage mieux comprendre la vie commune, le respect et la discipline ainsi que la hiérarchie, la capacité de se soumettre à un leader.

### **II- SUR LE PLAN ACADEMIQUE**

Durant ses trois (03) mois de stage, qui nous ont été bénéfique sur le plan académique dans la mesure où elle nous a permis d'approfondir nos connaissances dans les domaines des sciences de l'information et de la communication plus précisément celui de la publicité et du marketing social. Vivre les réalités de l'exercice de cette profession sur le terrain a participé à nous donner une meilleure compréhension dans le domaine du digital en particulier ; de faire un rapprochement direct entre les cours reçus et la pratique de la profession en agence. De plus, ce stage nous a permis d'avoir des connaissances dans d'autre domaine de la communication digital comme par exemple la veille concurrentielle qui nous permet de mieux toucher le domaine de la communication digitale.

### **III- SUR LE PLAN PERSONNEL**

En tant que futur professionnel de la publicité, ce stage s'est présenté à nous comme un point de départ dans notre carrière en effet, il nous a permis de voir comment fonctionne le milieu professionnel nous avons appris à :

- ✓ Travailler dans les règles, les plus brefs délais, car dans le souci de satisfaire ses clients et les fidéliser, il était question pour nous d'apprendre à livrer les travaux des clients à leur guises et ceux même au coût des nuits blanches
- ✓ Acquérir un esprit d'équipe et surtout pouvoir mener une discussion en s'exprimant clairement et avec assurance tout cela grâce aux prestations de nos travaux face à un public
- ✓ Manager les projets : nous avons eu la responsabilité de manager le projet e veille concurrentielle pour le compte de UGS tout en proposant des stratégies marketing et de communication qui leur permettront de vendre tout en ayant une bonne image
- ✓ Côtayer le milieu professionnel qui nous servira certainement lors de notre future carrière dans la communication
- ✓ Cultiver l'esprit d'équipe qui était d'ailleurs une notion que le directeur nous martelait sans relâche.

## **CHAPITRE II : REMARQUES, DIFFICULTÉS ET SUGGESTIONS.**

### **I- REMARQUES.**

Tout au long de notre séjour à ICEBERG PLUS, nous avons pu apprécier premièrement la manière chaleureuse avec laquelle nous avons été accueillis, sans toutefois négliger le fait que nous nous sommes senti en confiance et enfin la collaboration avec l'ensemble du personnel de l'entreprise qui nous été très bénéfique. Nous avons également retenu les points suivants :

#### **1- Remarques positives**

- La qualité du manager : rigoureux dans le travail, allant toujours dans le sens de la quête des clients et des marchés : ceci qui se traduit par son dévouement mais aussi au désir de bien faire.
- Le respect mutuel entre employés favorisant le bon déroulement des activités.
- La présence du wifi qui permet la facilité dans le travail étant donné qu'il s'agit d'une agence conseil en communication et marketing digitale.

#### **2- Remarques négatives**

- La saleté des locaux ;
- Le manque de personnel car l'entreprise ne possède que trois (03) employés ;
- Mauvaise répartition dans le travail, un infographe qui gère très souvent les deux agences de Yaoundé et Douala ;
- Les stagiaires sont un peu plus impliquer dans certaines tâches que les employés ;

- La rigueur du manager était à certain moment objet d'incompréhension entre les employés, les stagiaires et lui ;
- Localisation très difficile de l'entreprise ;
- Le manager s'emportait très facilement

## **II- DIFFULTÉS RENCONTRÉES**

Toutefois, ce stage bien que riche ne s'est pas déroulé sans aucune difficulté. Nous avons eu à faire face à de multiple difficultés tels que :

- S'intégrer dans le monde professionnel dû à la difficulté d'appliquer la théorie acquises durant notre formation ;
- Repérage très difficile de l'agence, qui nous a causé problème le premier jour de notre stage ;
- Nous avons eu du mal à s'adapter aux longues heures de travail ;

L'accès difficile aux informations de l'entreprise.

## **III- SOLUTIONS PROPOSÉES**

- Insertion d'une plaque indiquant la localisation de l'entreprise ou changement du lieu actuel de l'entreprise pour un autre lieu. ;
- Recruter plus de personnel pour l'avancé de l'entreprise ;
- Prêter beaucoup plus l'oreille à ce que disent les stagiaires.

## **CONCLUSION**

Pour terminer cette présentation, nous rappelons que celle-ci avait pour but de faire un rapport général de stage que nous avons effectué durant (03) trois mois dans l'agence conseil en communication digital ICEBERG PLUS, nous avons respecté le canevas de présentation. Nous avons tout d'abord, consacré la première partie de notre travail à la présentation globale de l'entreprise puis, nous avons présenté le déroulement de notre stage dans la deuxième partie soit les différentes tâches effectuées et enfin nous avons fait le bilan de notre stage dans la troisième et dernière partie ou nous nous sommes attelés de donner les appréciations positives et négatives lié à notre séjour à l'agence conseil en communication digital ICEBERG PLUS ainsi que les suggestions et difficultés rencontrées. Au sorti de cette expérience, nous pouvons dire que la période du 04 Août au 04 Novembre passée au sein de l'agence ICEBERG PLUS a été pour nous d'une importance capitale. En effet, elle nous a permis de mieux côtoyer le milieu professionnel, ses difficultés, ses avantages, de mieux comprendre ce qu'est l'esprit d'équipe, de joindre les connaissances théoriques apprise à l'école à la pratique et de mieux affronter les réalités du terrain. Au travers de ce stage nous avons renforcé nos capacités créatives, cultivé une rapidité de réflexion. En ce qui nous concerne, nous disposons désormais des outils nécessaires pour nous lancer dans le monde professionnel de la publicité et de la communication ainsi qu'aux réalités qui accompagne ce monde.

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages

- ARNAUD DE BAYNAST, JACQUES LENDREVIE, *le publicitor*, 8eme édition, Paris, 2024.

### Site web

- [www.icebergplus.net](http://www.icebergplus.net)
- <https://www.google.com/search>; consulté à de nombreuses reprises.

### Rapports de stage

- FOKO KIKIO MARSHALL, rapport de stage académique de participation effectué à IBOGA Group
- NGO MBOG Marie Christelle, rapport de stage sur l'impact du marketing digital sur la productivité de la force de vente : cas d'ICEBERG PLUS.
- TAKAM TAKAM Franck Hermand, rapport de stage académique de participation effectué à CBM Stratégies.



## **LISTE DES ANNEXES**

**Annexe 1** : Attestation de fin de stage

**Annexe 2** : Organigramme de l'entreprise

**Annexe 3** : Image de contrat de avec Village Noah

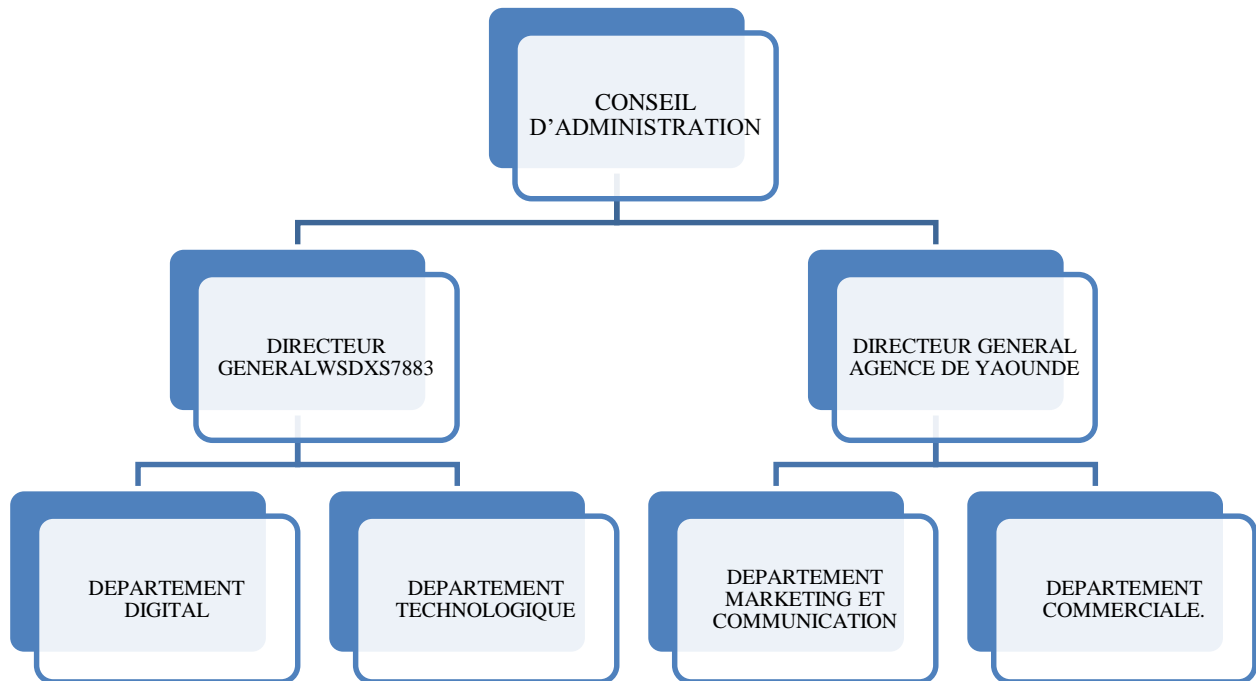
**Annexe 4** : Page présentant une veille concurrentielle

*ANNEXE 1*

Attestation de fin de stage

ANNEXE 2 :

Organigramme de l'entreprise



ANNEXE 3 :

Image du contrat avec Village NOAH



ANNEXE 4 :

Page présentant une veille concurrentielle de l'agence conseil ICEBERG PLUS et son concurrent direct NBIKO DIGICOM

## CONCURRENT DIRECT

### **NBIKO DIGICOM**

- Forces : possède un site web
- Faiblesses : faible notoriété avec 105 abonnés sur Facebook et Instagram avec 63 abonnés.
- Communique plus sur Instagram

### **Empreinte CBM**

- Forces : bonne notoriété avec 465 personnes qui les suivent
- Faiblesses : ne communique pas assez sur le digital

## TABLES DES MATIÈRES

<b>AVERTISSEMENT .....</b>	<b>i</b>
<b>SOMMAIRE.....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICACE .....</b>	<b>iii</b>
<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>iv</b>
<b>SIGLES ET ABBREVIATIONS.....</b>	<b>v</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE.....</b>	<b>2</b>
<b>CHAPITRE I : ASPECTS GENERAUX.....</b>	<b>3</b>
<b>I- PRESENTATION DE L'AGENCE.....</b>	<b>3</b>
1- Historique .....	3
2- Mission et vision.....	3
a) Mission.....	3
b) Vision.....	3
3- Les métiers.....	4
<b>II- IDENTIFICATION DE L'AGENCE.....</b>	<b>6</b>
1- Fiche signalétique .....	6
<b>CHAPITRE II : STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET FONCTIONNELLE DE L'AGENCE.....</b>	<b>7</b>
<b>I- LA DIRECTION .....</b>	<b>7</b>
<b>II- STRUCTURE FONCTIONNELLE DE L'AGENCE .....</b>	<b>10</b>
1- Organisation du travail .....	10
2- La communication à ICEBERG PLUS .....	10

a) La communication interne : .....	10
b) La communication externe.....	11
3- Le portefeuille.....	12
<b>DEUXIEME PARTIE: DÉROULEMENT DU STAGE.....</b>	<b>13</b>
CHAPITRE I : ACCUEIL ET TACHES EFFECTUEES AU SEIN DE L'AGENCE.....	14
I- ACCUEIL.....	14
II- IMPLICATION.....	14
CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES AU SEIN DE L'AGENCE. ....	16
I- LES ACTIVITÉS LIÉES A LA CONCEPTION REDACTION .....	16
1- Proposition d'une stratégie marketing pour les services de l'entreprise .....	16
2- Élaboration d'une stratégie de communication pour l'entreprise :.....	17
3- Élaboration d'un audit de communication digitale ainsi qu'une stratégie de communication pour le compte de VILLAGE NOAH .....	18
II- AUTRES ACTIVITES.....	20
1- Veille concurrentielle de UGS (Union Group Sport).....	20
2- Proposition de scénario.....	20
3- Création d'un contrat de partenariat .....	20
<b>TROISIEME PARTIE : BILAN DU STAGE.....</b>	<b>21</b>
CHAPITRE I : APPORT DU STAGE.....	22
I- SUR LE PLAN PERSONNEL.....	22
II- SUR LE PLAN ACADEMIQUE.....	22
III- SUR LE PLAN PERSONNEL.....	23
CHAPITRE II : REMARQUES, DIFFICULTES ET SUGGESTIONS. ....	24
I- REMARQUES. ....	24
1- Remarques positives .....	24

2- Remarques négatives .....	24
II- DIFFULTÉS RENCONTRÉES .....	25
III- SOLUTIONS PROPOSÉES .....	25
<b>CONCLUSION.....</b>	<b>26</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>27</b>
<b>LISTE DES ANNEXES.....</b>	<b>28</b>
<b>TABLES DES MATIÈRES.....</b>	<b>33</b>