

Être au service de vos projets !

Accompagner et aider au développement de projets, c'est ce que je fais de mieux depuis plus de 10 ans. Découvrez quelques-uns des outils que je peux partager, avec vous, au cours d'une collaboration efficace...

Photographie

Mettez l'image au service de vos messages et de leur impact !

L'image est un véhicule puissant au service de votre communication. Donner une image professionnelle tient souvent à la qualité des visuels qui accompagnent votre site web ou vos autres supports. A une époque où les images sont omniprésentes, il est indispensable de pouvoir compter sur un regard extérieur qui assure une prise de vue de qualité et anticipe les usages. En effet, une photo doit toujours être pensée dans son (ou ses) utilisation(s) ultérieures pour pouvoir être facilement exploitée par la suite •

Outils web

Construisez progressivement une galaxie d'outils pratiques !

Avoir son propre nom de domaine est la première brique de nombreuses constructions possibles. De la simple volonté de relocaliser en France sa boîte mail pour reprendre le contrôle sur ses données (et de la débrider sur les fonctionnalités qu'elle propose), à la mise en place de nombreux outils disponibles en interne ou externe (forums, gestionnaires de tickets, CRM, blogs, site vitrine, e-boutique, etc.) la maîtrise de son identité web est un gage de sérieux et de professionnalisme pour vos clients et contacts •

Réalisation vidéo

Utilisez un format aujourd'hui incontournable et omniprésent !

Une vidéo de quelques minutes est parfois beaucoup plus efficace que de longs textes, et présente de grands intérêts, notamment pour une diffusion sur les réseaux sociaux. Toutefois cela nécessite une grande préparation ainsi qu'une expertise particulière lors de différentes étapes : écriture d'un scénario, répartition des axes de communication entre différents intervenants, préparation des sujets avant enregistrement, captation, montage, sous-titrage, adaptation aux différents supports de diffusion, etc •

Applications métiers

Digitalisez... Aujourd'hui, le sur-mesure n'est plus une option !

Il est fréquent aujourd'hui de trouver encore des organisations qui fonctionnent « à l'ancienne » avec des tableaux Excel et des outils « non connectés ». Si ce n'est pas négatif en soi, il existe aujourd'hui des solutions beaucoup plus opérationnelles permettant la mise en place de tableaux de bord, de suivis en temps réel, de segmentation des niveaux d'accès aux différentes informations, etc. Il est parfois intéressant d'envisager la mise en place d'outils sur mesure qui permettent – vraiment – de répondre aux besoins •

Étudier vos besoins pour trouver les meilleures façons d'y répondre permet de mettre ensemble en œuvre les synergies utiles. N'hésitez pas à me contacter afin de définir quels peuvent être nos collaborations !

Photographie

Mettre l'image au service du message,
et sublimer ce que vous souhaitez montrer...
Voilà l'enjeu majeur du photographe qui vous accompagne
en vous apportant conseils, technicité et résultat professionnel.

Mettre en avant l'humain

L'humain est celui qui crée
la valeur dans nos organisations.

Si vous regardez autour de vous, vous constaterez qu'il est très difficile de ne pas voir les collaborateurs et collaboratrices et plus généralement les Hommes mis en scène sur des photos institutionnelles ou sur des reportages. Bien sûr, les images sont parfois centrées sur des produits, des bâtiments, des paysages... Mais dans une période de sur-digitalisation, c'est avant tout l'Homme qui peut convaincre, rassurer, accompagner, auquel on peut s'identifier. C'est pourquoi j'ai une grande appétence pour les portraits •

Enrichir le message

Une belle photo est un début
qui doit être largement complété.

Quel que soit l'objectif de communication recherché (convaincre, présenter, donner envie, transmettre un sentiment, ...) l'image ne suffit pas. En effet, chaque canal de diffusion répond à ses propres codes (print, web, réseaux sociaux) dont il faut tirer profit au service de l'efficacité du message. Une fois encore, cela signifie qu'il faut que la stratégie suivie soit en harmonie avec les buts à atteindre, avec les tendances du moment, avec ce qui est susceptible de capter l'attention. On ne peut convaincre si l'on est pas vu, et regardé •

Comprendre vos attentes pour trouver les bonnes façons d'y répondre permet de construire ensemble un résultat prometteur. N'hésitez pas à me solliciter pour que l'on sache si je suis celui que vous attendez...

Partager les créations

La mise en valeur d'une photo
est un défi qui n'a rien d'évident.

Il est très rare de « faire une photo pour faire une photo », c'est pourquoi la conception de chaque image commence dès la réflexion sur ce qui sera son utilisation, ce qui ne s'improvise pas. De plus, la réalisation de photos nécessite des outils de travail appropriés. Par exemple, envoyer des centaines de clichés HD peut vite constituer une grande difficulté en l'absence d'outils (plateformes de partage), d'équipements (connexion très haut débit) et même de cadre juridique (note d'auteur) adaptés. •

Construire votre image

L'image est un tout qui
se construit brique par brique.

Si de belles photos sont essentielles à une communication réussie, donner une bonne première impression n'est pas aujourd'hui suffisant. Chaque support d'une organisation doit refléter un état d'esprit, doit converger au service du message global que l'on souhaite faire infuser. Au-delà du poids des mots et du choc des photos, il ne faut pas négliger les supports eux-mêmes, et leur mise en forme. De la typographie aux mises en page, en passant par la qualité du papier... Chaque détail compte •

Réalisation vidéo

Donner une voix et un visage à votre message, c'est déjà partir avec un grand avantage pour convaincre... Mais à l'heure où chaque seconde d'attention est précieuse, il vous faut être efficace pour espérer atteindre vos objectifs.

Concevoir avec vous

Plus de temps pour préparer, c'est autant de gagné pour faire.

Beaucoup de personnes pensent que la réalisation d'une vidéo prend autant de temps que la vidéo... Or pour un résultat final de quelques minutes, il faut souvent un travail qui se compte en heures. En effet la préparation joue un rôle majeur (quel message est porté par qui, dans quel cadre, dans quel ordre...) et la conception même d'un support vidéo est un exercice délicat. Il ne faut pas avoir peur d'y passer un peu de temps, car c'est autant de gagné au moment du (des) tournage(s) puis ensuite lors de l'exploitation •

Assurer le montage...

Le clap de fin n'est finalement que le début de l'étape suivante.

Il est rarissime qu'une vidéo soit utilisable aussitôt tournée. En effet, même une simple prise va nécessiter l'ajout d'un certain nombre d'éléments (habillage, logo, nom et fonction du locuteur, ...) qui sont attendus pour assurer un rendu professionnel. S'y ajoutent les éléments venant renforcer le message délivré (textes, pictogrammes, incrustations diverses) ainsi que des éléments accessoires (sous-titres, entrée et sortie, générique et mentions légales, etc). Là encore, des opérations techniques ne s'inventant pas •

Accompagner les prises

L'objectif fait souvent peur, mais bien sûr, cela se travaille !

Vous souvenez-vous lorsqu'on vous a dit pour la première fois qu'il fallait sourire au téléphone, parce que cela s'entendait ? Être devant la caméra n'est pas une situation naturelle pour la plupart d'entre nous, et c'est pourquoi cela demande un accompagnement. A l'heure du numérique, on oublie qu'une part très importante – et même majoritaire – du message porté par un humain l'est par le « non-verbal », c'est à dire par la posture, la voix, les gestes... Des données fondamentales pour la réalisation d'une vidéo •

...et aller au-delà !

La vidéo peut aujourd'hui même s'envisager en direct !

La vidéo n'est qu'un support : celui-ci peut venir s'imbriquer dans une stratégie de communication plus globale. A l'heure de l'hyper-connectivité et de la grande attirance des internautes pour les réactions en direct et les interpellations sans filtre, la réalisation de « directs » souvent appelés « lives » est aujourd'hui une possibilité à considérer. Mais là encore cela nécessite beaucoup de préparation (habillage, conception du mixage de plusieurs sources, anticipation de dysfonctionnements) ainsi que des outils spécifiques •

Mettre la technique au service de votre message est sans doute la manière la plus simple de résumer la réalisation de vidéos. Discutons de vos projets afin de savoir si mes outils correspondent à vos souhaits.

La manière dont vous vous occupez de votre présence en ligne en dit beaucoup sur votre capacité à mobiliser les bons outils. C'est un facteur qui peut durablement influencer vos clients ou vos correspondants, souvent et malheureusement négligé.

Se repérer dans la jungle

A chaque jour son nouvel outil, à grand renfort de publicités TV.

Attention, ce ne sont pas forcément les services qui font le plus de bruit qui sont toujours les plus efficaces ou les plus adaptés à vos besoins. Les chaînes TV diffusent aujourd'hui presque plus de publicités pour des services en ligne que pour des produits « classiques » : de la carte de visite à la conception de site internet en passant par la mise en relation sectorielle (transports, vacances, assurances, etc). Trouver les outils adaptés à vos besoins nécessite une analyse sérieuse plus que des discours marketing •

Bâtir un réseau solide

Le site est une base sur laquelle construire une communauté.

Le choix des outils en ligne impacte autant la manière de travailler (outils collaboratifs, facilité des échanges, réorientation des habitudes vers des outils libres, etc) que la manière de communiquer avec des cibles (réseaux sociaux, services spécialisés, etc). Construire le message est une part importante du travail, mais il faut ensuite savoir le délivrer au bon endroit pour qu'il puisse avoir un impact. De plus, certaines plateformes permettent des interconnexions intéressantes qu'il faut savoir exploiter lorsque c'est nécessaire •

Réserver un nom de domaine, trouver le bon hébergeur de données, utiliser à plein les services en ligne reliés à son compte client et bâtir les continuités incontournables ne s'improvise pas. Réfléchissons-y !

Choisir ses outils

Les objectifs recherchés influencent les choix possibles.

Votre secteur d'activité, l'aisance des futurs utilisateurs, le matériel à disposition, le type des données et des process à traiter, chaque élément va permettre de préciser quels sont les choix les plus judicieux pour atteindre vos objectifs. Qu'il s'agisse du type d'outils à mettre en œuvre ou de la manière de les mettre en œuvre, il est important de bien réfléchir en amont pour éviter par la suite les pertes de temps et de moyens. Qu'il s'agisse d'échanger, de stocker, de présenter... chaque problématique a sa réponse •

Penser évolutivité

L'évolution de la réglementation impose des remises en question

Aujourd'hui, la mise en œuvre d'outils web impose de suivre un grand nombre de règles, notamment en lien avec la Loi de Confiance dans l'Économie Numérique (LCEN) ou encore en lien avec le Règlement Général de Protection des Données (RGPD) qui depuis 2018 se montre particulièrement complexe. Au-delà, il faut toujours garder à l'esprit que les besoins d'une structure quelle que soit sa nature vont forcément évoluer. Intégrer cet élément dès le départ permet d'éviter de difficiles « retour à zéro » •

Applications métiers

Enregistrer, organiser, lire et modifier des données, 4 ingrédients pourtant simples qui peuvent révolutionner votre manière de travailler au quotidien. Il y a les outils pour lesquels vous devez vous adapter... Et ceux dont vous rêvez.

Recenser les besoins

Identifier ce qui vous embête le plus, c'est ouvrir des possibles

Nous connaissons tous des situations qui au quotidien génèrent pour nous un haut niveau de frustration parce qu'on est condamné à reprendre plusieurs fois les mêmes choses... parce qu'on se trouve face à des données non fiables... parce qu'on ne sait pas comment telle ou telle information est arrivée là... Identifier ce qui est le plus bloquant au quotidien, c'est déjà résoudre le problème en partie car des outils plus adaptés peuvent être imaginés : on n'utilise pas un tire-bouchon pour presser une orange •

Améliorer le confort

Le résultat final doit être une amélioration de « l'usabilité »

Il est quasi impossible de conduire le changement s'il aboutit à une situation dégradée pour les utilisateurs. Il est à mon sens indispensable pour ne pas dire obligatoire qu'une modernisation des processus de travail ou d'une organisation permettent d'aboutir à une situation plus simple, plus confortable, plus ergonomique, où l'on pense tout au service des utilisateurs finaux. Cela conduit parfois à renverser la réflexion en partant de la fin pour parvenir à des outils plus cohérents, logiques et conviviaux •

Penser les processus

Imaginer de nouveaux outils est l'occasion de changements

Un point de départ assez courant : passer d'une démarche « papier » à une démarche « dématérialisée » peut assez naturellement inciter à reproduire en numérique ce qui existait sur papier. Or ce n'est pas toujours la meilleure des solutions et il faut souvent saisir cette occasion pour repenser les processus, c'est à dire la manière et l'ordre de faire les choses. Ainsi peuvent apparaître des aides, des simplifications ou des « actualisations » qu'il s'agit alors d'accompagner en douceur •

Ajuster en continu

Parce qu'on ne peut pas arriver au résultat parfait dès le 1^{er} essai

Si les méthodes dites « agiles » ont de plus en plus de succès, ce n'est pas le fruit du hasard. En effet nous sommes aujourd'hui dans une démarche de *bottom-up* très participative qui doit laisser une large place aux remarques et suggestions des utilisateurs. C'est pourquoi les outils doivent être conçus de manière évolutive, modulaire, et les concepteurs doivent toujours garder à l'esprit que même le simple positionnement d'un bouton peut en étant juste ajusté rendre le quotidien plus facile... et efficace •

Il faut voir la programmation comme un jeu de construction simple qui demande toutefois une expertise et de l'expérience. En effet, concevoir une interface (la carrosserie) et la logique (le moteur) ne s'invente pas...

Quelques compétences

Ce complément donne un aperçu de mes compétences en matière d'outils de communication et de programmation.

Interfaces

Mes outils habituels sont
Bootstrap ou Semantic UI

Code HTML	●●●●
Code CSS	●●●●
Javascript	●●●●
jQuery	●●●●
Bootstrap	●●●●
SemanticUI	●●●●

Je sais concevoir des interfaces adaptées aux ordinateurs et périphériques mobiles, avec interactivité (grâce à JS / jQuery) et tout en intégrant une charte graphique existante ou à créer (CSS...) et en prévoyant lorsque c'est nécessaire des outils asynchrones (AJAX). Bonne maîtrise de Wordpress.

Logiciels

Les logiciels spécialisés exigent un peu d'entraînement...

Pack Office	●●●●
Libre Office	●●●●
PremierePro	●●●●
Fireworks	●●●●
inDesign	●●●●
QuarkXPress	●●●●

Il s'agit là de quelques exemples, mais il faudrait y ajouter de nombreux services en ligne (Outils libres Framasoft, Google Docs, etc) aujourd'hui incontournables pour le travail collaboratif.

La programmation est un domaine qui évolue chaque jour, pour lequel il faut demeurer quotidiennement en éveil, en recherche, en tests. Mais ce n'est que dans la confrontation à des cas pratiques que l'on avance...

Logique

Mon langage de prédilection est le PHP en lien avec SQL

Code PHP	●●●●
Requêtes SQL	●●●●
CodeIgniter	●●●●

Je sais concevoir des systèmes partant de zéro (cas d'outils cartographiques spécifiques) ou reposant sur des frameworks comme CodeIgniter (PHP objet). Je sais concevoir, utiliser et interroger les bases SQL.

L'alliance de ces deux éléments permet de concevoir des systèmes qui stockent, traitent, et présentent les données de façon ergonomique et pratique. Peuvent s'y ajouter des outils tels que des QRcodes, etc.

Partenaire hébergeur

Un hébergeur français de qualité : un bon point de départ

J'ai une grande habitude du travail avec un hébergeur Français dont le datacenter est exclusivement situé en France et dont l'ensemble de la chaîne matérielle est gérée en interne, toujours en France sans aucune sous-traitance européenne ou extérieure. Il est donc soumis aux lois françaises et européennes, garantie très importante dans un contexte de RGPD très exigeant. De plus, son support de grande qualité est disponible 7/7 et 24/24. Les services offerts sont très étendus et peuvent venir répondre à une grande variété de besoins et de stratégies.

