

2022

RAPPORT DE STAGE : MY WEDDING FRENCH RIVIERA

9 mai 2022 - 30 juin 2022



BERHOUEY-CASES Elisa

MADAME Denuelle

SOMMAIRES

1.	REMERCIEMENT.....	4
2.	INTRODUCTION.....	5
3.	ENTREPRISE.....	6
3.1.	Son contexte.....	6
3.1.1.	Le secteur d'activité.....	6
3.1.2.	L'entreprise elle-même.....	7
3.2.	Le service d'accueil.....	8
4.	ANALYSE DE LA COMMUNICATION.....	9
4.1.	Communication interne.....	10
4.2.	Communication externe.....	11
5.	MISSIONS.....	13
5.1.	Gestion de projet.....	13
5.1.1.	Visite de lieux.....	13
5.1.2.	Demande de devis.....	14
5.1.3.	Proposition commerciale.....	14
5.1.4.	Budget.....	15
5.1.5.	Fiche contact.....	15
5.2.	Coordinatrice d'événement.....	16
5.2.1.	Timing.....	16
5.2.2.	Clémence et Charly.....	16
5.3.	Community manager.....	17
5.4.	Autres.....	17
5.4.1.	Cahier des charges.....	17
5.4.2.	Boîte de dialogue.....	18
5.4.3.	Suite adobe.....	18
6.	BILAN.....	19
6.1.	Bilan personnel.....	19
6.2.	Bilan pour l'entreprise.....	19
7.	L'AVENIR DE VOTRE ETUDE, DE VOTRE INTERVENTION.....	21
8.	CONCLUSION.....	22
9.	BIBLIOGRAPHIE.....	23
10.	CONTACTS ENTREPRISE.....	23
11.	RESUME.....	24
11.1.	Français.....	24
11.2.	Anglais.....	25
12.	ANNEXES.....	28

1. REMERCIEMENT

Je tiens tout d'abord à remercier Madame DENUELLE pour m'avoir accompagnée tout au long de mon stage. L'écoute et les conseils qui m'ont été fournis durant cette période m'ont permis d'avancer et d'évoluer.

Un grand merci également à Madame Ilse BERTELS pour tous ses précieux conseils donnés tout au long de l'année afin de trouver un stage et de s'adapter à notre entreprise d'accueil.

Je souhaiterais également remercier Julie CRUZALEBES pour m'avoir accueillie dans sa société et m'avoir encadrée tout au long de mon stage ainsi que la confiance qu'elle m'a accordée.

Et enfin j'aimerais remercier les différents enseignants du département Information et Communication pour toutes les connaissances dont ils ont pu m'enrichir durant cette première année.

2. INTRODUCTION

Dans le cadre du BUT Information-Communication option communications des organisations à l'IUT de Cannes La Bocca, j'ai souhaité réaliser mon stage dans une entreprise d'organisation de mariages. En effet, si j'ai intégré cette formation c'était avec l'idée de devenir wedding planner. C'est pour cela que pour mon premier stage, j'ai choisi d'intégrer la société My Wedding French Riviera afin de me conforter ou non dans cette idée.

My Wedding French Riviera est une société créée en 2018 par Julie Cruzalebes. Le rôle principal de cette société est d'organiser des mariages tout en accompagnant les futurs mariés pour le plus beau jour de leur vie. Plusieurs points m'ont poussé à intégrer cette société pour mon stage. Tout d'abord, Julie a obtenu son DUT Information-Communication option communications des organisations. Je suis partie du principe que cela me permettrait d'échanger avec elle pour connaître son parcours étant donné que mon objectif est de créer mon entreprise d'organisation de mariages. En plus de cela, je voulais savoir comment son entreprise avait pu prendre de l'ampleur dans un secteur aussi fermé que l'événementiel et d'autant plus durant la période du covid. Enfin, les dates de mon stage me permettaient d'être présente pour le lancement de la saison des mariages. Ces nombreuses raisons m'ont motivée à postuler auprès de cette entreprise afin d'affiner mes intérêts concernant ce secteur professionnel.

Ce stage est, je pense, un tournant dans ma formation. Cela va me permettre de savoir si je continue à m'intéresser à ce secteur ou si je dois élargir mon intérêt vers d'autres domaines. De plus, je vais pouvoir mettre en pratique tout ce que j'ai appris durant ma première année de formation et acquérir de nouvelles compétences. Durant ce stage, je me suis vue confier plusieurs missions : gestion de projets, réalisations d'événements, gestion de dossiers clients ainsi que le contenu de réseaux sociaux. J'ai pu analyser et comprendre comment My Wedding French Riviera a su se démarquer dans ce secteur concurrentiel.

Afin d'expliquer cela, dans un premier temps, nous parlerons de l'entreprise avant de faire l'analyse de sa communication. Nous continuerons en étudiant les missions qui m'ont été confiées. Pour finir, nous dresserons un bilan de ce stage.

3. ENTREPRISE

3.1. Son contexte

3.1.1. Le secteur d'activité

Travailler dans le secteur du mariage c'est décider de ne pas travailler seul. En effet, être wedding planner nécessite de travailler en permanence avec différents prestataires. On retrouve dans tous les mariages, ou du moins la plupart, un traiteur, un fleuriste, une agence de location de mobilier, un photographe, un DJ/ un groupe de musique et une maquilleuse et une coiffeuse qui s'occupent des mariés et potentiellement des invités. Selon les envies des mariés, il peut y avoir d'autres prestations comme l'intervention d'animateurs pour les enfants, la mise en place de cérémonies religieuses, un service de transfert... Par conséquent, pour pouvoir évoluer dans ce milieu, il faut soit avoir des contacts existants, soit posséder un bon relationnel afin d'acquérir de nouveaux contacts. Cependant, certains lieux de cérémonie et certains clients imposent leurs propres prestataires, ce qui permet la création de nouveaux contacts. C'est un secteur en mouvement constant. La restauration, par exemple, est un milieu où bon nombre de personnes font faillite. Par conséquent, il faut toujours avoir plusieurs contacts d'autant plus avec la crise du COVID-19 qui a engendré la fermeture de nombreux établissements dans le milieu de l'événementiel.

Le métier d'organisateur de mariage est assez récent en France. Il s'est popularisé dans les années 2000. C'est un secteur d'activité qui change constamment et qui s'adapte aux évolutions de la société. En effet, on peut comparer ce métier au secteur de la mode, car il faut toujours connaître les dernières tendances. Par exemple, jusqu'il y a peu, il était récurrent de prévoir à la fin du repas un gâteau de mariage aussi appelé « wedding cake », mais aujourd'hui il est de plus en plus rare de voir cela. La nouvelle tendance est de faire un assortiment de petits gâteaux ou alors une traditionnelle pièce montée en choux. Or quelqu'un qui n'est pas au courant de cette nouvelle tendance ne pourra pas en informer ses clients et n'aura pas les prestataires qui pourront répondre à cette demande. Il faut donc être constamment au courant des nouvelles tendances.

Il faut savoir que la société My Wedding French Riviera s'occupe de mariages présentant des budgets assez conséquents. Les futurs mariés qui font appel à cette entreprise souhaitent généralement des lieux comportant une piscine afin de pouvoir faire un brunch le lendemain. Il est donc de plus en plus fréquent de voir des mariages se dérouler sur 2 jours. De plus, l'un des thèmes préférés des futurs mariés est le style bohème chic. Il faut donc pouvoir répondre à leurs demandes en se positionnant en premier auprès des prestataires adéquats afin de pouvoir avoir à disposition les éléments choisis par les clients pour le jour J.

Le secteur de l'événementiel et notamment du mariage a connu de nombreuses difficultés liées au COVID-19 qui a entraîné l'annulation de la plupart des mariages.

Cependant, les entreprises qui ont réussi à résister à cette crise se voient profiler de belles années devant elles grâce au report de la date de ces mariages. Pour donner un ordre d'idée, en 2019 c'était plus de 224 000 mariages qui étaient célébrés contre seulement 150 000 en 2021¹. La société My Wedding French Riviera a cette année battu son nombre de mariages, soit 19 événements, dont 4 le 4 juin.

3.1.2. L'entreprise elle-même

My Wedding French Riviera est une société qui a été créée en 2018 par Julie CRUZALEBES. Elle a d'abord effectué un DUT Information et Communication, parcours communication des organisations. Suite à l'obtention de son diplôme, elle a travaillé pour diverses agences ce qui lui a permis de se créer des contacts puis elle est partie travailler en Angleterre dans le milieu de l'hôtellerie pour finalement revenir en France et créer sa propre entreprise. Durant ces quelques années, elle a pu comprendre et analyser le fonctionnement du milieu de l'événementiel et perfectionner son anglais qui est un élément important au vu de sa clientèle.

En ce qui concerne la hiérarchisation de l'entreprise, elle est simple : Julie est seule et accueille uniquement des stagiaires tout au long de l'année afin de l'aider dans ses différentes missions. Depuis 2019, l'activité dans ce secteur est incertaine et ne lui permet pas de prendre le risque d'employer plusieurs personnes. En effet, le COVID-19 a fait fermer plusieurs entreprises d'organisations de mariages. Il reste cependant beaucoup d'agences existantes, ce qui pérennise une forte concurrence sur le marché. Le défi pour cette entreprise, comme les autres de ce secteur, est de continuer à se démarquer afin de pouvoir exister dans le temps.

Je vous propose de regarder cette analyse swot effectuée par mes soins afin de mieux comprendre le marché de l'organisation de mariage.



¹ (Insee, s.d.)

3.2. Le service d'accueil

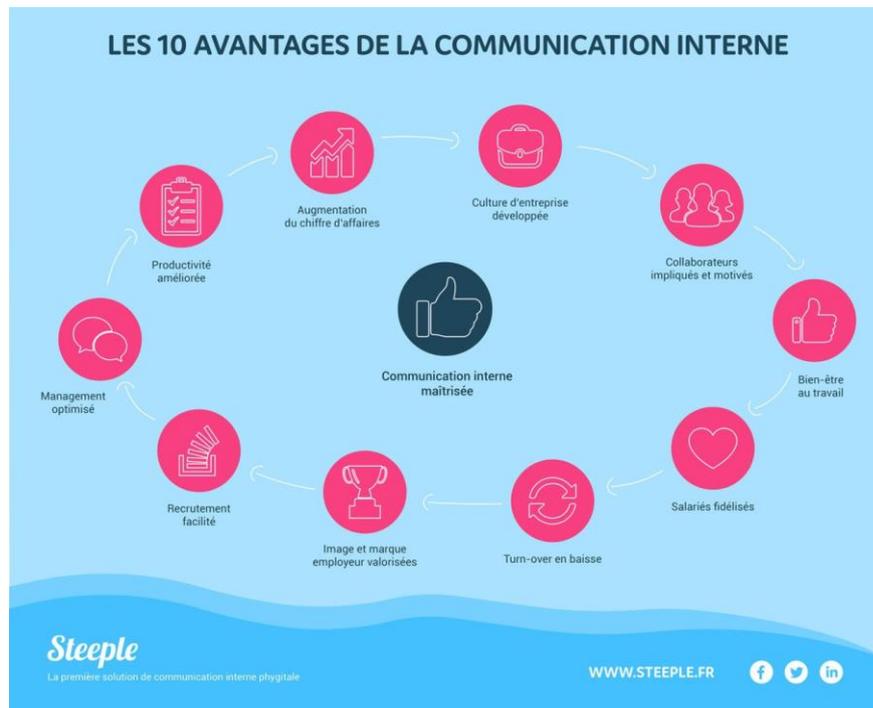
Étant donné que l'entreprise ne comporte qu'une seule salariée, elle n'a pas de bureau. Nous sommes donc directement chez elle et nous travaillons depuis son salon. Lors de mon arrivée, il y avait 2 stagiaires, dont Justine Gimay qui est également en Information et Communication, mais en deuxième année. Le fait qu'elle soit présente m'a permis d'avoir quelqu'un sur qui compter et à qui poser toutes mes questions. Julie Cruzalebes ayant beaucoup de travail, ce sont les stagiaires qui m'ont tout expliqué et qui m'ont donné les codes d'accès de tous les espaces de travail.

Une fois que j'ai eu tous les codes et qu'on m'ait expliqué un peu le fonctionnement de l'entreprise, on m'a directement confié des missions pour que je puisse dès le début connaître tous les dossiers et donc pouvoir travailler en totale autonomie.

4. ANALYSE DE LA COMMUNICATION

Une entreprise doit une partie de sa réussite à la communication qu'elle exerce en interne tout comme en externe.

La communication interne est indispensable au bon fonctionnement d'une entreprise. Elle en est d'ailleurs un des piliers. Une bonne communication interne permet d'avoir des objectifs clairs et définis ainsi qu'une bonne entente entre tout le monde, ce qui va améliorer la productivité. En effet, selon une étude AFCEI² « 70% des managers trouvent que la communication interne permet de rester à l'écoute et de maintenir un lien dans leur équipe ». Cette stratégie de communication peut se résumer en un cercle vertueux.



Source : Steeple « Les 10 avantages de la communication interne »

La communication externe a quant à elle pour objectif de conquérir et fidéliser un client. C'est grâce à ce processus que le client va être amené à consommer un produit ou un bien plutôt qu'un autre.

C'est lorsque ces 2 types de communications sont réunies qu'une entreprise marche et peut continuer à exister dans le temps. My Wedding French Riviera est une entreprise qui a su se démarquer parmi tant d'autres. Nous allons donc analyser sa communication interne et externe pour savoir ce qui fait d'elle une entreprise à succès.

² (Steeple, s.d.)

4.1. Communication interne

La société My Wedding French Riviera n'a pas d'employés, mais seulement la dirigeante, Julie Cruzalebes, qui recrute des stagiaires tout au long de l'année. La communication interne est donc simplifiée et toutes les informations circulent entre 2 à 5 personnes, ce qui facilite les échanges. En effet, étant donné que Julie et les stagiaires sont dans le même bureau en permanence et ne sont pas nombreuses, cela permet d'échanger la moindre information en temps réel. Il est aussi impossible que l'information se déforme au fur et à mesure qu'elle circule entre les personnes comme cela pourrait être dans le cas dans une grande entreprise avec des bureaux cloisonnés. Afin qu'elles parviennent à chacun, il existe un groupe WhatsApp où l'on peut s'envoyer directement les informations pour que tout le monde ait les mêmes en même temps. Lors de l'organisation de mariage, on est amené à visiter différents lieux et rencontrer différents prestataires ce qui nous fait sortir des bureaux et par conséquent créer un lien différent entre nous.

Cependant, j'ai pu constater, durant mon stage, des difficultés dans cette communication. Tout d'abord, étant donné que les stagiaires changent à peu près tous les 2 mois et ne se croisent pas, la nouvelle stagiaire se doit de reprendre les dossiers de l'ancienne stagiaire. Le problème étant que les personnes autour ne savent pas forcément ce qui était en cours ou non et les 2 stagiaires n'ont pas l'occasion de communiquer pour s'échanger ces informations-là. Avec l'accord de Julie, j'ai eu l'occasion de créer une boîte de dialogue (voir page 14, dans les missions confiées) où chaque personne met ce qu'il est en train de faire et ce qu'ils en attendent. Grâce à cela, chaque personne voulant reprendre en main la mission d'une ancienne stagiaire n'a plus besoin de perdre son temps à rechercher les échanges dans les mails, mais n'a qu'à simplement regarder la boîte de dialogue. Un autre obstacle à cette communication est l'intonation qu'il peut y avoir dans certaines demandes ce qui a amené plusieurs malentendus entre différentes personnes. Afin de remédier à cela, nous avons mis en place une réunion qui permet à chacun de dire ce qu'il pense et ce qu'il ressent calmement afin que tout le monde puisse changer les choses et améliorer cette communication. À partir de la mise en place de cette réunion, beaucoup de choses se sont améliorées ce qui montre qu'avec une bonne communication tout peut s'arranger.

4.2. Communication externe

La communication externe c'est l'ensemble des actions de communication qu'une entreprise met en place à destination de personnes extérieures à l'entreprise qui sont les plus souvent des consommateurs. Cette communication a pour objectif de faire connaître une marque/ un produit/ une entreprise, d'attirer le client et de le fidéliser. Pour cela il existe plusieurs moyens que la société My Wedding French Riviera a mis en place.

Tout d'abord, de nos jours, il est très important de communiquer sur les réseaux et la société My Wedding French Riviera l'a bien compris. On peut la trouver sur Instagram, TikTok et Facebook. Sur ces comptes, on peut retrouver des photos des événements organisés, des idées d'inspiration, des conseils, des rendez-vous... Sous chacun des posts, il y a un grand nombre de hashtags ce qui permet d'agrandir la visibilité et donc de se faire voir par de potentiels futurs clients. Cela permet aussi d'attirer des prestataires tels que des photographes, des traiteurs ou autres qui apprécient le travail de la société et qui aimeraient devenir des prestataires pérennes. Avoir une notoriété sur les réseaux sociaux est aujourd'hui quelque chose de très important au vu de la concurrence croissante. Plus une entreprise a de la renommée, plus les clients auront confiance.

Mais il n'y a pas que les réseaux sociaux pour se faire connaître. Cela peut aussi passer par le bouche-à-oreille. En effet, lorsque les clients sont satisfaits des prestations qui leur sont offertes, ils peuvent recommander la société à d'autres personnes, ce qui a permis d'amener plusieurs couples de futurs mariés cette année. Les prestataires aussi peuvent la recommander.

Et pour finir, l'action également mise en place pour se faire connaître est le flochage de la voiture de la société avec les contacts. Étant donné que la voiture est celle de la dirigeante au quotidien, partout où elle va, elle donne de la visibilité à son entreprise. Par exemple, lors d'un déplacement, nous nous sommes fait accoster par une personne qui était intéressée par nos services qu'elle avait pu voir sur la voiture.

Une fois que l'entreprise est connue, il faut réussir à convaincre le client de choisir My Wedding French Riviera plutôt qu'une autre société d'organisation de mariage. Pour cela, tout passe par un bon relationnel. Il est important de rencontrer les futurs mariés plusieurs fois afin de les rassurer, comprendre leurs besoins et entretenir une bonne relation avec eux. Si les clients ne sont pas rassurés alors ils risquent de partir ailleurs. Pour cela, il faut leur montrer des photos d'événements qui ont déjà été organisés pour leur prouver de quoi la société est capable, leur raconter comment se passe la préparation d'un événement et tout ce qu'ils ont besoin de savoir. Ils ont aussi besoin de se sentir compris et écoutés, c'est pour cela que Julie reste en permanence en contact avec les clients.

Un des derniers éléments primordiaux de cette communication externe est celui lié au prestataire. Dans le secteur de l'organisation de mariage, il n'est pas possible de fidéliser un client, à part s'il divorce et se remarie par la suite, mais il reste cependant possible de fidéliser des prestataires. Si tout se déroule bien lors d'un événement alors

le prestataire sera plus apte à avoir une collaboration avec l'entreprise et à la recommander à de potentiels futurs clients. L'organisatrice de mariage n'est rien sans ses prestataires. En effet, sans traiteur, sans photographe, sans lieu de réception... il n'y aurait pas de fête de mariage.

Pour pouvoir échanger avec ces derniers, nous avons 2 solutions. Soit nous passons directement par téléphone si la demande était urgente soit nous envoyons des mails. Notre outil de communication était donc Outlook. L'avantage de passer par une boîte mail c'est que tout le monde pouvait avoir accès à tous les échanges et donc de ne jamais perdre le fil.

Ce sont tous ces éléments liés à la communication interne et externe qui font de la société My Wedding French Riviera une agence reconnue dans le milieu du mariage.

5. MISSIONS

My Wedding French Riviera a été créé en 2018 par Julie CRUZALEBES. Cette entreprise est, comme son nom l'indique, une société d'organisation de mariages. 17 mariages sont organisés pour cette année 2022.

L'organisation d'un tel événement se fait sur une grande période pouvant aller de quelques mois à 1 ou 2 années. Tout commence par une prise de contact de la part des futurs mariés avec une demande de devis, puis les rendez-vous se suivent afin de faire connaissance, de cerner leurs envies et leurs personnalités afin de pouvoir proposer des prestataires qui leur correspondent ainsi qu'établir un budget global.

Une fois que les choses sont un peu plus claires pour les deux parties, les clients et l'entreprise, les visites de lieux commencent, car sans définir un lieu aucun prestataire ne peut être contacté. D'une part, parce que certains lieux imposent une liste de prestataires et d'une autre part d'un point de vue technique. Les lieux peuvent être proposés par les clients, mais généralement c'est la wedding planer qui propose une liste de lieux qui pourraient correspondre à leur budget et à leur personnalité.

Une fois que les mariés ont choisi le lieu de réception, la mission de My Wedding French Riviera commence réellement : trouver les prestataires et tout organiser. Pour cela, nous pouvons regrouper les missions en 2 catégories : la gestion de projet et la coordination d'événements.

Lors de mon stage, je me suis vue confier un grand nombre de ces missions, car on me considérait comme une employée et non comme une stagiaire.

À savoir que tous les mails que j'envoyais étaient signés à mon nom avec mon numéro de téléphone personnel, ce qui a permis que je puisse moi-même suivre tous mes mails et les réponses à mes demandes. Dès que quelqu'un avait besoin d'informations supplémentaires, il me contactait directement étant donné que j'étais l'interlocuteur initial et par conséquent la plus à même à y répondre.

5.1. Gestion de projet

5.1.1. Visite de lieux

Lors de mon stage, j'ai eu la chance de visiter plusieurs lieux pour des événements prévus en 2023. J'ai par exemple visité le Château Crémat à Nice, la Bastide de l'Endre, le Château des Demoiselles et beaucoup d'autres.

Mon rôle a été de prendre des photos et vidéos des différents lieux pour les réseaux sociaux et pour pouvoir connaître l'agencement des lieux dans le cas où ceux-ci seraient choisis afin de préparer au mieux l'événement. Je pouvais aussi poser des questions qui me semblaient pertinentes à la responsable des lieux comme l'heure d'interdiction sonore, les possibles solutions en cas d'intempéries, etc.

C'est une mission que j'ai beaucoup appréciée du fait du contact direct avec les clients et de la mobilité qui me permettaient de varier du quotidien derrière l'écran.

5.1.2. Demande de devis

Lorsque les premiers rendez-vous ont eu lieu et que le lieu de l'évènement est choisi, il faut sélectionner des prestataires.

Pour cela, j'ai envoyé des mails aux différents prestataires avec qui la société a l'habitude de travailler en leur détaillant la recherche de prestation, le tarif envisagé, la date et le lieu. Dans le même temps, je leur demandais d'inclure dans le devis, les frais de la commission d'agence (il devait inclure un pourcentage de leurs tarifs en supplément qui serait par la suite reversé à la société My Wedding French Riviera).

Voici un exemple de mail :

Objet : Prénom des mariés - Date

Dans le mail, indiquer toujours la date, le lieu, le nombre d'invités.

Ne pas oublier de demander une commission d'agence à inclure dans le devis

Essayer de développer au plus les besoins (indiquer si possible les horaires ...) selon les besoins des prestataires pour qu'ils puissent répondre au mieux à ta demande

Signer par Prénom & Nom + numéro de téléphone

Ajoute la signature photo

Ce que j'ai apprécié dans cette mission a été le fait de participer pleinement à l'organisation du mariage et de pouvoir échanger avec différents interlocuteurs pour trouver ce dont nous avons besoin.

5.1.3. Proposition commerciale

Lorsque des clients viennent à la rencontre d'une organisatrice de mariage, ils arrivent avec des envies et un budget. À partir de ce moment-là, notre rôle est de trouver les prestataires qui pourraient répondre à leurs critères. Pour cela, nous envoyons différentes demandes de devis à un grand nombre de prestataires en adéquation avec le projet. Lorsque nous recevons plusieurs devis qui nous paraissent appropriés, nous élaborons une proposition commerciale avec les prestataires retenus que nous envoyons à nos clients.

J'ai été amenée à réaliser plusieurs de ces propositions. Pour cela, j'ai utilisé Canva qui est un des outils indispensables. J'ai donc créé une présentation en indiquant le nom des prestataires, leurs propositions, des photos de leurs travaux ainsi que le prix incluant la commission agence. Une fois la proposition établie, la dirigeante la

transmettait aux clients. Lorsque le devis était accepté, je contactais le prestataire choisi pour qu'il puisse bloquer sa date pour le mariage.

Exemple de mail :

Objet : Proposition de ...

Dans ce mail, on parle au nom de Julie et on ne l'envoie pas avant sa validation. On propose les différents devis reçus en incluant les pièces jointes.

Signer de la part de Julie

Cette mission me permettait de voir si j'avais réussi ou non à cerner nos clients.

5.1.4. Budget

Lors de la préparation d'un mariage, un budget est convenu en 1^{er} lieu. Il est donc important de tenir un tableau avec tous les différents budgets à communiquer au client.

Pour cela, j'ai dû dans un tableau Excel mettre à jour les différents devis afin que chaque prestataire soit associé au bon tarif. J'ai par la même occasion marqué les échéances de paiement afin que les mariés puissent savoir quelle somme il devait payer à qui et à quel moment afin d'être à jour.

Dans cette mission, j'ai apprécié pouvoir aborder la réalité du chiffrage de l'évènement.

5.1.5. Fiche contact

Il est important d'élaborer une fiche contact.

J'ai donc eu comme mission d'appeler chaque prestataire afin de savoir qui était en charge de la prestation et qui serait la personne présente sur les lieux le jour de l'évènement afin d'avoir les coordonnées en cas de problème.

C'est une mission que j'ai appréciée, car j'étais directement en contact avec les prestataires et durant nos échanges de demandes des contacts, j'étais amenée à répondre également aux diverses interrogations et à discuter de problèmes éventuels.

5.2. Coordinatrice d'événement

5.2.1. Timing

Le rôle d'une organisatrice de mariage est que tout se passe pour le mieux le jour de l'événement. Pour cela, il faut préparer en amont de l'événement le timing c'est-à-dire le déroulé exact de la journée. Dedans, on y retrouve toutes les heures des arrivées de chaque prestataire et des clients, ce que chaque prestataire doit faire et à quel endroit précis, tout ce qui sera servi lors du cocktail et du repas, l'emplacement de chaque élément de décoration...

J'ai dû, pendant mon stage, réaliser plusieurs timings. Pour cela, j'ai donc contacté plusieurs fois tous les prestataires un par un pour connaître leur heure d'arrivée, ce qu'ils comptaient faire où et à quelle heure pour pouvoir coordonner les équipes. Une fois que le timing était prêt, je l'ai envoyé à tout le monde pour que chacun puisse connaître le déroulé de la soirée et s'y adapte afin que l'événement se déroule comme prévu.

5.2.2. Clémence et Charly

Clémence et Charly sont des mariés dont j'ai eu la charge. Dès le premier jour, j'ai travaillé sur leur dossier et le 4 juin j'ai été l'organisatrice de mariage présente sur les lieux. En effet, ce jour-là nous avions 4 mariages et par conséquent nous ne pouvions pas être tous ensemble. Julie Cruzalebes a donc décidé, étant donné que j'étais la personne qui connaissait le mieux ce dossier, de m'envoyer comme seule représentante de l'entreprise.

Pour cela, elle a fait appel à un Maître d'hôtel qui était mon second afin de m'épauler. Ce mariage se déroulait au château Crémat à Nice. Je m'y suis donc rendue à 13h afin d'être la première arrivée sur les lieux. Durant toute la journée, j'ai dû gérer les différents prestataires, le bon déroulement de la soirée ainsi que trouver des solutions à tous les problèmes auxquels j'ai dû faire face.

Par exemple, le traiteur est arrivé avec 1h30 de retard et les invités avec 45 min d'avance. J'ai donc dû gérer les équipes pour que les choses les plus importantes soient faites en premier. Plusieurs autres problèmes sont intervenus avec notamment un dysfonctionnement du vidéoprojecteur.

Lors de l'arrivée des mariés, j'ai dû les rassurer et ne jamais rester loin d'eux en cas de problème. Tout s'est finalement bien passé et les mariés étaient très satisfaits.

C'est une des plus belles expériences professionnelles que j'ai eu l'occasion de vivre. Tout d'abord j'ai pu endosser le métier de wedding planner dans sa pratique, voir se concrétiser un projet et surtout assister au plus beau jour de Clémence et Charlie. Quelque chose qui m'a énormément touché à la suite de ce mariage a été les retours

positifs. Tout d'abord la mariée a envoyé un message à Julie Cruzalebes afin de me remercier d'avoir été là pour elle et d'avoir réussi à tout gérer. Et j'ai personnellement reçu des messages de différents prestataires pour me remercier et me féliciter de ma première expérience. Ils ont par ailleurs souligné quelque chose qui est très important pour moi, c'est que je n'ai pas oublié le côté humain malgré le stress qu'il pouvait y avoir.

J'ai par la suite eu l'occasion d'assister à d'autres mariages où mon rôle était le même.

5.3. Community manager

Le rôle du community manager est de gérer les réseaux sociaux et l'image que renvoie une marque.

Plusieurs collaborateurs avec qui la dirigeante a l'habitude de travailler font appel à elle pour gérer leurs comptes Instagram. Durant la période de mon stage, je me suis vu confier 2 comptes : @boheme_bymartinetoledano et @martine_toledano. Ces 2 comptes sont détenus par la même personne qui est une revendeuse de robe de mariée. Mon rôle était de trouver des photos sur son site pour pouvoir les poster. Je devais trouver une légende pour chacun des postes en anglais et mettre des hashtags afin de donner de la visibilité aux comptes, attirer de nouveaux abonnés et de nouveaux clients. Sous chaque poste, je marquais le nom du créateur et le nom du modèle pour que les personnes puissent potentiellement se rendre en magasin pour l'essayer et l'acheter.

5.4. Autres

5.4.1. Cahier des charges

Au cours de mon stage, j'ai remarqué qu'il n'existait aucun cahier des charges. J'ai donc pris l'initiative de le créer.

Dans celui-ci on y retrouve tous les mots de passe, toutes les missions et l'explication de ce qu'il faut faire pour chacune d'entre elles, des exemples de mails à rédiger, ce qu'il faut faire pour chaque compte Instagram et le plus important, une liste avec les prestataires avec lesquels nous travaillons principalement.

Ce cahier des charges va permettre aux futurs stagiaires de comprendre plus facilement le poste et avoir un support où se référer en cas de problème. L'objectif étant de faciliter leur insertion et d'améliorer la communication interne.

5.4.2. Boîte de dialogue

Au cours des 2 mois de mon stage, j'ai pu assister au départ et à l'arrivée de nouvelles stagiaires. J'ai pu faire le constat que lorsqu'une stagiaire partait on ne savait pas forcément sur quel dossier elle était et si elle attendait ou non des retours de mails. Par conséquent, j'ai créé une boîte de dialogue où chaque personne doit noter les retours de mails en attente et toutes les informations qui y sont relatives. Cela permet de gagner du temps, car cela évite de chercher dans les précédents mails ce qu'il faut y répondre. Grâce à cet outil de passation des dossiers, tout le monde peut suivre les différentes tâches en cours et surtout cela permet d'améliorer l'organisation de chacune.

5.4.3. Suite adobe

J'ai eu l'occasion de me servir à plusieurs reprises de la suite Adobe pour diverses missions : la création de plans de table et d'étiquettes a envoyé à des imprimeurs pour faire des marques places... j'ai aussi dû retoucher des factures afin d'inclure les commissions d'agences qui n'était pas prévu dans le prix initial.

Je ne m'en suis pas servie souvent, mais c'est quelque chose qui m'a plu, car cela me permettait de varier mes missions et de faire un peu de graphisme.

6. BILAN

6.1. Bilan personnel

Ce stage avait pour but de m'éclairer sur mon envie de travailler dans l'événementiel et plus particulièrement dans l'organisation de mariage.

Durant ces 2 mois, j'ai eu l'opportunité de me mettre dans la peau d'un wedding planer en passant par la gestion de projet jusqu'à la coordination le jour J. Cela a pu me conforter dans l'idée que c'est un domaine dans lequel je souhaiterais travailler. Cependant, il m'a aussi ouvert les yeux sur le fait que je ne voudrais pas travailler uniquement dans ce milieu toute ma carrière. En effet, j'ai apprécié les missions qui m'étaient confiées et j'ai aimé être sur le terrain. Je me vois bien faire ce métier quelques années, mais pas plus. Je souhaite un poste dans lequel il m'est possible de faire plus de terrain et de varier mes missions. Je souhaite faire un peu plus de communication tout en gérant des événements ou en me déplaçant.

Ce stage m'a permis d'acquérir une plus grande autonomie ainsi que de la maturité. Le fait qu'on m'ait fait confiance pour organiser des événements du début à la fin et en représentant la société le jour J m'a poussé à donner le meilleur de moi-même et à devoir gérer certains problèmes seule. J'ai donc pu évoluer durant ces 2 mois et j'espère continuer sur cette lancée.

J'ai pu mettre en pratique plusieurs choses que j'ai apprises au cours de cette année comme la veille médiatique, le community management, la gestion de projet, le design... j'ai donc pu approfondir ces compétences et travailler mon relationnel en communiquant avec des personnes extérieures à l'entreprise.

Pour finir, ce stage m'a aussi permis d'acquérir des contacts. En effet certains prestataires qui étaient présents sur ces mariages ont voulu récupérer mes coordonnées afin de pouvoir rester en contact pour éventuellement faire appel à moi pour de petits événements.

6.2. Bilan pour l'entreprise

Ce stage m'a beaucoup apporté et c'est pour cela que j'ai essayé d'apporter quelque chose à cette entreprise. Je ne voulais pas simplement faire mon stage pour le faire, mais je voulais contribuer à son amélioration.

Tout d'abord, j'ai au quotidien essayé d'apporter ma bonne humeur qui est quelque chose qui me caractérise afin de faire en sorte que tout se passe dans une bonne ambiance.

Étant nouvelle dans ce milieu et dans cette entreprise, j'ai pu apporter un regard extérieur. Étant donné que je ne connaissais pas forcément les dossiers ni les personnalités des clients, j'ai pu proposer des idées auxquelles ils n'avaient pas

forcément pensé, car ils s'étaient inspirés des suggestions des clients. Cependant, ne sachant pas ce qui était possible et réalisable, je pouvais parfois m'égarer dans la proposition de mes idées.

J'ai aussi pris l'initiative de créer une boîte de dialogue afin de faciliter la communication interne. Nous avons pu constater, avec l'arrivée de nouvelles stagiaires, que ce nouvel outil de travail se montre efficace et permet de gagner du temps. Maintenant il reste à savoir si au cours du temps il continuera à être efficace ou non, mais j'espère avoir pu apporter ma pierre à l'édifice.

7. L'AVENIR DE VOTRE ETUDE, DE VOTRE INTERVENTION

Ce stage m'a énormément apporté. Tout d'abord j'ai eu l'occasion de voir comment fonctionne le domaine de l'événementiel et tout particulièrement de l'organisation de mariages. Le fait d'avoir travaillé comme une employée à part entière et non comme une stagiaire m'a permis de réellement découvrir ce milieu. J'ai eu l'opportunité d'assister à plusieurs mariages, notamment un où j'étais la seule représentante de la société ce qui m'a permis d'acquérir un professionnalisme et un sérieux dans mon travail. Tout le long de mon stage, on m'a fait confiance en me donnant de nombreuses missions. La méthode de travail mis en place m'a permis d'acquérir en autonomie.

J'ai aussi eu l'occasion à de nombreuses reprises d'échanger avec la dirigeante Julie CRUZALEBES sur le fait de monter sa propre entreprise, des points positifs comme négatifs.

Ce stage m'a conforté dans l'idée que je voulais travailler dans la communication et notamment dans le secteur de l'événementiel. Cependant, je vais continuer à explorer tous les différents secteurs que la communication a à m'offrir afin de ne pas méconnaître ce qui pourrait peut-être plus me correspondre. Mon envie de monter ma propre entreprise n'a été que renforcée et durant mon BUT, je compte faire le nécessaire pour avoir toutes les cartes en main afin de réaliser ce projet qui me tient à cœur.

8. CONCLUSION

Je peux en conclure que ce stage m'a appris et apporté énormément de choses.

Tout d'abord, j'ai pu mettre en pratique toutes les compétences que j'avais acquises au cours de cette première année universitaire avec notamment la mise en place d'une veille afin de savoir ce que la concurrence faisait pour pouvoir proposer de nouvelles choses et innover. J'ai également acquis de nombreux nouveaux savoirs. J'ai eu la chance de participer à la création d'un projet du début à la fin avec sa réalisation ce qui m'a permis de réellement découvrir le métier d'organisatrice de mariage. Pour cela, j'ai appris à créer et gérer un budget, écouter les demandes d'un client pour répondre à ses attentes, participer à la réalisation de devis et de propositions commerciales, mais également participer à la coordination d'évènements. Cela m'a permis d'apprendre à gérer une équipe, mais également à savoir m'imposer, dans le respect. En effet, au mariage de Clémence et Charlie, par exemple, j'ai dû gérer une équipe d'hommes et m'imposer malgré mon âge et le fait d'être une femme.

Ce stage m'a aussi permis d'apprendre à travailler sans compter les heures et sans fin financière. En effet, mon stage était non rémunéré et certaines semaines, lorsqu'il y avait des mariages, je pouvais faire jusqu'à 50 h dans la semaine. J'ai donc acquis une conscience professionnelle, car je ne faisais pas d'heures supplémentaires pour l'aspect financier, mais seulement par conscience professionnelle.

Ce stage a répondu à mes attentes et les missions étaient en adéquation avec ce que j'imaginai être le métier de wedding planner. On était au bureau, mais on était également sur le terrain en visitant des lieux, rencontrant des mariés, participant aux événements... Ce que j'aime dans ce secteur d'activité c'est qu'on est amené à travailler sous pression et donc à donner le meilleur de nous-même sans jamais se reposer sur nos lauriers. Dans ce métier, il faut être extraverti et un peu hyperactive et c'est quelque chose qui me correspond.

À la suite de cette expérience, mon projet professionnel a quelque peu évolué. En effet, je garde en tête l'idée de travailler dans ce milieu, mais je souhaiterais cependant m'ouvrir à d'autres secteurs afin de ne pas passer à côté de quelque chose. J'ai cependant été confortée dans l'idée que je souhaite avoir ma propre entreprise. Grâce à mes multiples discussions sur ce sujet avec Julie Cruzalebes, j'ai pu en apprendre davantage sur la création d'une société.

9. BIBLIOGRAPHIE

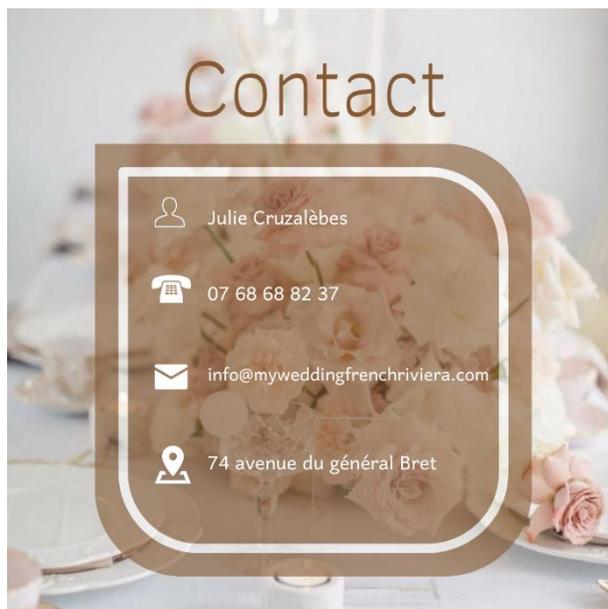
Insee, Une chute historique du nombre de mariages en 2020 à la suite des restrictions sanitaires. Disponible sur internet sur le site web :

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6050251#:~:text=er%20juin%202020-,En%202020%2C%20154%20600%20mariages%20ont%20%C3%A9t%C3%A9%20c%C3%A9l%C3%A9br%C3%A9s%20en%20France,de%20la%20Sec%20Guerre%20mondiale.>

Steeple, Les avantages de la communication interne. Disponible sur le site web :
<https://steeple.com/blog/communication-interne/avantages-communication-interne>

My Wedding French Riviera, disponible sur le site web :
<https://myweddingfrenchriviera.com/>

10. CONTACTS ENTREPRISE



11. RESUME

11.1. Français

J'ai effectué mon stage dans une entreprise d'organisation de mariage qui se nomme My Wedding French Riviera. Elle a su se démarquer et se pérenniser malgré la concurrence dans ce secteur d'activité.

Elle doit une partie de sa réussite à la communication qu'elle exerce en interne comme en externe. En effet, la communication interne est efficace et directe. Julie Cruzalebes est seule et prend des stagiaires comme assistantes de chef de projet. L'information ne circule qu'entre 2 ou 3 personnes et d'une manière directe par voie orale, mais aussi d'une manière indirecte en passant par mails et par le groupe WhatsApp de la société. Cela permet de garder une trace écrite de l'information. En ce qui concerne la communication externe, elle est aussi assez efficace. Tout d'abord, il y a une communication sur les réseaux sociaux, ce qui permet d'en faire la promotion auprès de futurs clients. Ce qui concerne les clients, il y a une communication directe avec Julie Cruzalebes au travers d'échanges téléphoniques ou de messages. Il y a aussi occasionnellement des rendez-vous clients afin de faire des points et de les rassurer. Pour les prestataires, on communique au travers des mails, mais aussi des échanges téléphoniques. Bien évidemment, on les rencontre aussi le jour de l'événement et pour certains en amont.

En ce qui concerne les missions, mon poste était, comme dit précédemment, assistante de chef de projet événementiel. Je n'étais pas traité comme une stagiaire, mais comme une employée à laquelle ont confié des missions et des dossiers. On pourrait classer mes missions en 4 catégories : la gestion de projet, la coordination d'évènements, le community management et des missions diverses.

- Pour la gestion de projet, j'ai visité des lieux avec de futurs mariés et écouter leurs attentes et leurs demandes en vue de leur mariage. J'ai par la suite fait des demandes de devis qui correspondaient à ce qu'ils souhaitaient et pour les leur soumettre j'ai établi des propositions commerciales à l'aide de canva. Une fois les prestataires choisis, il était important que je mette à jour les budgets afin de ne pas excéder l'enveloppe globale. Enfin, j'ai également créé des fiches contacts qui permettaient de savoir les intervenants le jour J.
- En ce qui concerne la coordination d'évènements, j'ai eu la chance et l'occasion de participer à plusieurs mariages. Afin de les préparer au mieux, j'ai établi les timings c'est-à-dire que j'ai mis sur papier le déroulé exact de la soirée avec les horaires d'arrivée de chaque personne et ce que chacun devait faire où et à quel moment. Une fois que les timings étaient faits, il ne restait qu'à aller à

l'événement en question. J'ai eu l'opportunité de gérer un mariage seule, celui de Clémence et Charlie au Château Crémat à Nice. J'ai pour cela, endossé le rôle de wedding planer et géré toute une équipe afin que tout se passe pour le mieux. J'ai bien évidemment eu certains problèmes que j'ai réussi à régler comme notamment gérer 1h30 de retard du retard alors que les invités étaient là 3/4 d'heure en avance.

- J'ai également eu l'opportunité de faire un peu de community management. En effet, Julie Cruzalebes gère plusieurs comptes Instagram, dont 2 que j'ai été amenée à alimenter à travers des publications : Les comptes dont je m'occupais et les 2 comptes de robes de mariée. J'ai donc dû en faire la promotion afin d'attirer de potentiels clients et faire connaître la boutique.

Outre ces missions, j'ai également mis en place 2 nouveaux outils afin de faciliter la communication interne de l'entreprise. J'ai tout d'abord créé un cahier des charges afin d'y répertorier les différents mots de passe, le descriptif de toutes les missions que nous devons réaliser, des exemples de rédaction de mails ainsi que les prestataires avec lesquels nous avons l'habitude de travailler. Les stagiaires, changeant tous les 2 mois, auront donc un support pour faciliter leur insertion et l'apprentissage de ce qu'elles devront faire. Cela est donc un gain de temps pour Julie Cruzalebes qui n'a pas à réexpliquer à chaque fois ainsi que pour les stagiaires qui n'auront pas à chercher dans les mails ce qu'il faut faire. La 2nde chose que j'ai eu l'occasion de créer est une boîte de dialogue. Cette boîte de dialogue permet de marquer ce que chaque personne est en train de faire et ce qu'elle attend comme réponse. Grâce à cela, quand une stagiaire part, tout le monde peut savoir ce qu'elle était en train de faire et reprendre la main. Cela permet également à Julie Cruzalebes de voir ce qui a été fait ou non afin de lui éviter un contrôle permanent de chacune de nos tâches.

Grâce à ce stage, j'ai pu voir ce qu'était le métier de wedding planer. Je ressors de cette expérience grandie et avec une idée un peu plus claire de l'orientation que je veux donner à ma vie professionnelle. J'ai été confortée dans l'idée que je voulais créer ma propre société ainsi que le fait de vouloir exercer un métier où il n'y a pas de routine. Cependant je ne souhaite pas me fermer à ce secteur d'activité et continuer à m'intéresser à tout ce que la communication a à m'offrir.

11.2. Anglais

I did my internship in a wedding planning company called My Wedding French Riviera. It has been able to stand out and survive despite the competition in this sector.

It owes part of its success to its internal and external communication. Indeed, the internal communication is efficient and direct. Julie Cruzalebes is alone and takes interns as assistants of the project manager. The information circulates only between 2 or 3 people and in a direct way by oral way, but also in an indirect way by passing by

mails and by the WhatsApp group of the company. This allows us to keep a written record of the information. As far as external communication is concerned, it is also quite effective. First of all, there is a communication on social networks, which allows to promote it to future customers. Concerning the clients, there is a direct communication with Julie Cruzalebes through phone calls or messages. There are also occasional meetings with clients in order to reassure them. For the providers, we communicate through emails, but also through phone calls. Of course, we also meet them on the day of the event and for some of them beforehand.

As far as the missions are concerned, my job was, as I said before, assistant to the event project manager. I was not treated as an intern, but as an employee to whom we entrusted missions and files. My missions could be classified in 4 categories: project management, event coordination, community management and various missions.

- For the project management, I visited places with future brides and grooms and listened to their expectations and requests for their wedding. I then made requests for quotes that corresponded to what they wanted and to submit them I established commercial proposals using canva. Once the providers were chosen, it was important that I update the budgets so as not to exceed the overall budget. Finally, I also created contact sheets that allowed me to know who was involved on the day.
- As far as event coordination is concerned, I had the chance and the opportunity to participate in several weddings. In order to prepare them as well as possible, I established the timings i.e. I put on paper the exact course of the evening with the schedules of arrival of each person and what each one had to do where and at what time. Once the timings were done, all that was left to do was to go to the event in question. I had the opportunity to manage a wedding alone, that of Clemence and Charlie at the Château Crémat in Nice. I took on the role of wedding planner and managed a whole team so that everything went smoothly. Of course, I had some problems that I managed to solve like managing 1h30 of delay while the guests were there 3/4 of an hour in advance.
- I also had the opportunity to do some community management. Indeed, Julie Cruzalebes manages several Instagram accounts, 2 of which I had to feed through publications: The accounts I was in charge of and the 2 wedding dress accounts. I had to promote them in order to attract potential customers and make the store known.

In addition to these missions, I also set up 2 new tools to facilitate the internal communication of the company. First of all, I created a specifications booklet in order to list the different passwords, the description of all the missions we have to realize, examples of emails writing as well as the providers we are used to work with. The

trainees, changing every 2 months, will have a support to facilitate their insertion and the learning of what they will have to do. This saves time for Julie Cruzalebes who doesn't have to re-explain each time and for the trainees who don't have to search in the emails what to do. The second thing I had the opportunity to create is a dialog box. This dialog box allows you to mark what each person is doing and what they are expecting as a response. Thanks to this, when a trainee leaves, everyone can know what she was doing and take over. It also allows Julie Cruzalebes to see what has been done or not done so that she doesn't have to constantly check each of our tasks.

Thanks to this internship, I was able to see what the job of a wedding planner was like. I came out of this experience with a clearer idea of the direction I want to take in my professional life. I was reinforced in the idea that I wanted to create my own company as well as the fact that I wanted to practice a profession where there is no routine. However, I don't want to close myself off to this sector of activity and continue to be interested in everything that communication has to offer.

12. ANNEXES

Toutes les annexes que l'on retrouve dans ce rapport ont été validé par la société My Wedding French Riviera afin de ne pas compromettre la confidentialité des informations

Annexe 1 : Proposition commerciale

Annexe 2 : Budget

Annexe 3 : Timing et fiche contact

Annexe 4 : Captures d'écran des réseaux sociaux

Annexe 5 : Captures d'écran de la boîte de dialogue

Annexe 6 : Captures d'écran du cahier des charges

Annexe 3 : Timing et fiche contact

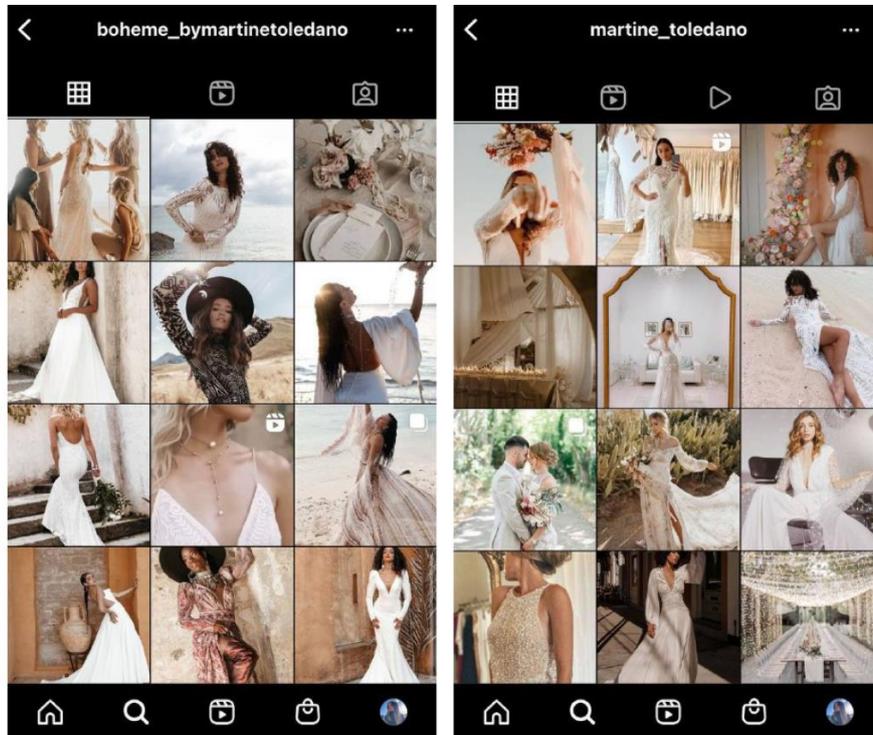
  CLÉMENCE & CHARLY 04 JUN 2022 CHATEAU DE CRÉMAT - 06200 NICE 442 CHEM. DE CRÉMAT	
HEURE	DESCRIPTION
10H00	Arrivée DJ Installation un set sur le jardin pour le cocktail, un set sur l'espace dîner sur la terrasse, un set à l'intérieure de la salle de danse
12H30	Arrivée Photobox Arrivée coiffeuse à aston hôtel
13H00	Arrivée photographe hôtel
13H30	Arrivée My Wedding Installation des cadeaux invité dans la salle vindange Installation candy bar dans salle de danse, table allongé, tipi et plaides coussins. urne sur mange debout et enveloppe (d'abord cocktail puis les descendre pendant le repas) + dragé dans couloir, monsieur madame sur chaise, verre sur bar à cocktail, mettre nom des tables sur tables/chevalet Installer chaises dans salles de danse
14H00	Arrivée maquilleuse à aston hôtel (Clémence prête au + tard à 15H15) Arrivée traiteur Installation des tables par le traiteur Cocktail + bar dans les jardins Dîner en formation buffet sur la terrasse du haut Bar dans salle de danse Vérifier le bon nombre de personne à chaque table Vin stocké dans l'office de la salle marie = 38
15H00	Arrivé photographe église Arrivée fleuriste Décor l'église puis vient décorer le lieu de réception Installation cercle fleuri à installer avec une jolie vue sur balcon Chevalet/ panneau avec plan de table sur espace dîner
15H30	Arrivée invités à l'église

  CLÉMENCE & CHARLY 04 JUN 2022 CHATEAU DE CRÉMAT - 06200 NICE 442 CHEM. DE CRÉMAT	
HEURE	DESCRIPTION
16H00	Début cérémonie
16H30	Arrivée Eklabul Installation château gonflable + 10 stands de jeux en bois sur terrasse du bas avec 4 staffs
17H00	Fin cérémonie église
17H00-17H30	Photos à église Livraison gâteaux au château Donner gâteau au traiteur
17H30-17H45	Transfert + arrivée hotesse photobox
18H15-18H30	Arrivée château avec citronnade et enfants avec Eklabul Cocktail Mini burger du chef Panier de légumes de Provence, variation de tapenades, caviar d'aubergines et anchoïade Club sandwich Parisien, jambon à l'os et comté fruité Mini pain Niçois du Chef Tartare de tomates de Provence, mozzarella crémeuse Wrap de poulet fermier façon César Plateau de charcuterie Tartelette de tomate confite Toast de camelloni de saumon d'Écosse fumé, crème légère aux herbes fraîches Tataki de saumon aux baies Courgettes de Provence à la Brousse du Rôve Financier au fromage Dégustation vin (château) + Softs et bar à sirops + bières + champagne

  CLÉMENCE & CHARLY 04 JUN 2022 CHATEAU DE CRÉMAT - 06200 NICE 442 CHEM. DE CRÉMAT	
HEURE	DESCRIPTION
19H30	Espace dîner + descendre photobox+bar Buffet froid: Houmous et houmous de betterave, pain pita et légumes croquants Quinoa gourmand aux agrumes, grenade et herbes ciselées Salade estivale, pastèque, fêta et mesclun d'herbes fraîches Buddha bowl Tomates de Provence colorées, mozzarella di Bufala et pesto de Basilic Buffet chaud: Boeuf Bourguignon Poissons nobles en bouillabaisse Pommes grenailles au sel de Camargue et thym Petits légumes du potager Dessert: Quatre entremets au choix. • Assortiment de macarons artisanaux : vanille, chocolat, pistache, fraise, citron • Tartelettes fleuries aux saveurs aux saveurs d'été : citron de Menton, fraise, framboise, poire à la fève de Tonka, pomme à la cannelle... • Fondant au chocolat façon « sucette » + PIÈCE MONTÉE DE FRUITS Pièce montée de lucille Barista : café, thé et tisane
21H30/ 22H	Salle de danse
23H30	Départ My Wedding ranger toute les affaires de clémence dans le vestiaire et attendre que le traiteur range
00H00	Départ Eklabul
02H00	Fin de service
03H00	Fin musique

  CLÉMENCE & CHARLY 04 JUN 2022 CHATEAU DE CRÉMAT - 06200 NICE 442 CHEM. DE CRÉMAT	
PRESTATAIRE	HEURE & NUMÉRO
JAMAL DJ	Arrivée prévue pour 10h00 - 06 26 [REDACTED]
NICE PHOTOBOX	Arrivée prévue pour 12h30 - Johan - 06 52 [REDACTED]
CARITA	Arrivée prévue pour 12H30 - 06 64 [REDACTED]
PHOTO CAMPI MICKAEL	Arrivée prévue pour 13h00 - 06 81 [REDACTED]
LA FINE ÉQUIPE	Arrivée prévue pour 14h - Adrien - 06 71 [REDACTED]
BLOOM	Arrivée prévue pour 15h00 - 06 51 [REDACTED]
EKLABUL	Arrivée prévue pour 16h30 - Jeremy - 0644 [REDACTED]
PÂTISSERIE LUCILLE	Arrivée prévue pour 17H30 - 04 93 [REDACTED]
BREIZH	Arrivée pour 17h30 - Richard - 06 62 [REDACTED]
SOJA CUISINE	directement en contact avec la cliente
BILLECART SALMON	directement en contact avec la cliente

Annexe 4 : Captures d'écran des réseaux sociaux



Annexe 5 : Captures d'écran de la boîte de dialogue



Boite de dialogue

- ▶ Tâches : ce que vous avez fait
- ▶ Qui : qui est la personne qui l'a fait
- ▶ Commentaires : endroit pour que Julie fasse des retours
- ▶ Julie : identifier Julie quand y'a besoin de lui demander un truc
- ▶ Réponses Julie : réponses de Julie lorsqu'il y a besoin

↔ Options ▾ ⋮

Laura & Evan : Laly Rose ?? Tapis & fausses fleurs @ & corbeille henné	@Julie				
Mariage mairie de Paris le 04 juillet. Laura & Evan. Invités vers 14h30, cérémonie 15h et fin event 17h	Justine	(Courte vidéo - les invités arrivent, la cérémonie est montée avec le son, puis quelques plans de personnes qui applaudissent et prennent			Hugo Cadreur : Trop cher

Annexe 6 : Captures d'écran du cahier des charges (je n'ai mis que certaines pages afin de ne pas révéler les mots de passes et les numéros de téléphone)



CAHIER DES CHARGES



Missions

TIMING

- Mettre le déroulement de la soirée et les arrivées sur Notion et Canva
- Sur Canva, détaillé le repas et ce que l'on doit faire (qui installe quoi et où, qu'est ce qu'on fait, discours/ surprises/ jeux?)
- Relancer prestataire pour avoir les informations

FICHE CONTACT

- Etablir une fiche contact sur Canva en lisant qui sera là le jour ainsi que le numéro de téléphone
- Demander les informations aux différents prestataires

DEVIS

- Faire des demandes de devis aux différents prestataires sans oublier la commission agence de 10%
- Mettre tous les devis dans Notion
- Réaliser un récapitulatif pour les mariés avec les différents devis
- Se mettre à la place du preste (de quoi il a besoin pour établir un devis)

INSTA

- Faire les différents posts et stories pour les comptes insta (voir page 4)

BUDGET

- Mettre à jour le budget
- Marqué dès que quelque chose a été payé
- Marqué l'échéance de paiement
- Tenir les mariés au courant

NOTION

- Vérifier les TODO LIST
- Tout mettre à jour

Mails

Demande de devis

Objet : Prénom des mariés - Date

Dans le mail, indiquer toujours la date, le lieu, le nombres d'invités. N'oublie pas de demander une commission d'agence à inclure dans le devis

Essaie de développer au plus tes besoins (Indiquer si possible les horaires ...) selon les besoins des prestataires pour qu'ils puissent répondre au mieux à ta demande

Signe par ton Prénom & Nom + ton numéro de téléphone
Ajoute la signature photo que tu trouveras dans les mails déjà envoyés

Proposition aux mariés

Objet : Proposition de ...

Dans ce mail, tu parles au nom de Julie, tu ne l'envoies pas avant sa validation. Tu proposes les différents devis reçus & inclus les pièces jointes.

Signe de la part de Julie

Validation de devis

--> auprès du prestataire

Réponse aux mails précédents

Dans ce mail, tu demandes à combien l'acompte s'élève, quand le virement doit être fait et leur RIB s'ils ne l'ont pas déjà envoyés

Prestataires 1

TRAITEUR

La fine équipe
Jérôme Rével
Pâtisserie Lucille

MOBILIER

Lovitee
Belouge
Mazagan
Option
Event rent

FLEURISTE

Bloom
Flora lux
Gloriosa (var)
Pearly White
Lily rose

PHOTO/VIDÉOS

Azur Prod
Gossuin Brothers Prod
Raco film
SMOOTH RECORDS
Family Films
Lovers

SON/LUMIERE

Mix and light
Azur Music event
Sonorisation BS
Sunset Duo
Vibes

PHOTOBOOTH

Memory Booth
Nice PhotoBox