YouTips

RAPPORT DE STAGE

Créateur de contenus

Youtips

27 janvier - 25 avril 2025

DI FRANCESCO Nolan

Maître de stage : FONS Fabien

Tuteur-enseignant : LESTIDEAU Vincent

IUT1 - DÉPARTEMENT MMI - UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

IUT1 Grenoble Université Grenoble Alpes

MMI Métiers du Multimédia et de l'Internet Grenoble

UGA Université Grenoble Alpes

RAPPORT
DE STAGE

DI FRANCESCO Nolan

Organisme d'accueil : Youtips
Mission : Créateur de contenus
Maître de stage : FONS Fabien
Tuteur-enseignant : LESTIDEAU Vincent
Durée : 13 semaines (27/01/2025 au 25/04/2025)

IUT1 - DÉPARTEMENT MMI - UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES



REMERCIEMENTS

Avant de commencer ce rapport, je tiens à adresser mes sincères remerciements à toutes les personnes qui ont contribué à rendre ces 13 semaines de stage aussi enrichissantes que stimulantes.

Tout d'abord, un grand merci à **Fabien Fons**, mon maître de stage, pour sa bienveillance, son professionnalisme et la confiance qu'il m'a accordée. Son encadrement et ses conseils m'ont permis de développer mes compétences et d'évoluer dans un environnement à la fois formateur et motivant.

Un merci tout particulier à **Julien Wegner**, dont l'humour et la bonne humeur ont rendu le quotidien plus agréable. Travailler avec lui a été un vrai plaisir, et son aide m'a accompagné tout au long de cette expérience.

Je souhaite également remercier **François, Fred, Elie, Lys, Flo, Guillerme et toutes les autres personnes** que j'ai eu la chance de rencontrer chez Youtips. Chacun, à sa manière, a contribué à rendre ce stage plus riche et convivial.

Enfin, un grand merci à **Vincent Lestideau**, mon professeur tuteur, pour son suivi et son accompagnement tout au long de cette période. Ce stage a été une belle opportunité, à la fois professionnelle et humaine, et je suis reconnaissant d'avoir pu vivre cette expérience.

Merci à tous !

RÉSUMÉ

Ce rapport est le reflet des 13 semaines que j'ai passées au sein de Youtips, une entreprise grenobloise à taille humaine, spécialisée dans les outils **Apple**, **le web**, **la musique assistée par ordinateur** (MAO) et **la formation professionnelle** pour les musiciens, notamment les **intermittents du spectacle**. J'ai choisi ce stage pour plusieurs raisons : d'abord parce que le contenu correspondait à **mes centres d'intérêt**, entre création numérique, pédagogie, montage et stratégie web, mais aussi parce que j'avais envie d'évoluer dans un cadre polyvalent, loin des missions trop cloisonnées.

Durant ces trois mois, j'ai pu toucher à **un grand nombre d'aspects de la production de contenu** : rédaction de pages et d'articles optimisés pour le SEO, mise en ligne de cours, montage vidéo avec Final Cut Pro, retouche photo, refonte de certaines pages du site, ou encore interaction avec la communauté.

Ce stage a été l'occasion de **consolider mes compétences techniques** tout en développant des savoir-faire transversaux. J'ai notamment appris à **organiser mon travail** de manière plus efficace, à **prioriser les tâches** selon leur impact, et à **faire preuve d'initiative** dans la gestion de contenus pédagogiques. Le contact direct avec un public d'utilisateurs, via les formations, les vidéos ou les commentaires, m'a aidé à mieux comprendre leurs attentes et à adapter ma production en conséquence.

En travaillant dans une **structure réduite**, j'ai aussi découvert l'importance de la **polyvalence** et de la **souplesse** dans les métiers du numérique. Cette immersion m'a permis de mieux cerner mes envies professionnelles, et a **renforcé mon intérêt** pour les environnements créatifs, où l'autonomie et la collaboration sont essentielles.

SUMMARY

This report reflects the 13 weeks I spent at Youtips, a small company based in Grenoble, specialized in **Apple tools**, **the web**, **computer-assisted music production** (CAM), and professional training for musicians, particularly those working under the **intermittent status** in the performing **arts sector**. I chose this internship for several reasons: firstly, because the content aligned with **my interests** (ranging from digital creation, education, video editing to web strategy) but also because I wanted to grow within a versatile environment, far from narrowly defined tasks.

Over the course of these three months, I had the opportunity to work on **many aspects of content production**: writing SEO-optimized pages and articles, publishing online courses, editing videos with Final Cut Pro, photo retouching, redesigning parts of the website, and interacting with the community.

This internship allowed me **to strengthen my technical skills** while developing broader competencies. I learned how to **organize my work** effectively, **prioritize tasks** based on their impact, and **take initiative** in managing educational content. Direct engagement with users through videos or comments helped me better understand their expectations and adapt my output accordingly.

Working within a small team also showed me how essential **versatility** and **flexibility** are in digital professions. This experience helped clarify my professional aspirations and **deepened my interest** in creative environments where autonomy and collaboration are key.

SOMMAIRE

SOMMAIRE

01 02 03 04 05 06

INTRODUCTION

Introduction 1

RECHERCHES

Projet 2
Recherches 2
Conseils 2

ENVIRONNEMENT

La société 3
Marché et clients 3-4
Télétravail et environnement 5
Politique RSE 6

MISSIONS

Communication et contenu 7-10
Développement Web 11-14
Production visuelle 15-17

CONCLUSION

Bilan du stage 19
Perspectives d'avenir 19

ANNEXES

Annexes 21-23





INTRODUCTION

01

À l'heure où les créateurs de contenu cherchent à se démarquer dans un **environnement numérique** toujours plus dense, les compétences en communication digitale, en production multimédia et en référencement sont devenues essentielles. C'est dans cette dynamique que s'inscrit mon stage de deuxième année de BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet, réalisé au sein de l'entreprise **Youtips**, basée à Grenoble. Spécialisée dans le web, la formation aux outils Apple et l'accompagnement des **musiciens intermittents**, Youtips propose à la fois des tutoriels techniques, des formations musicales en ligne et des ressources destinées aux créateurs utilisant l'environnement Apple, notamment Logic Pro.

Ma mission principale a consisté à participer à **la création**, à **l'optimisation** et à **la diffusion de contenus pédagogiques** sur différents supports numériques, en lien direct avec les besoins de l'entreprise et de sa communauté. J'ai également eu l'opportunité d'échanger avec plusieurs musiciens professionnels, parfois connus, qui m'ont partagé leur manière de travailler, leurs attentes et leurs pratiques, enrichissant ainsi ma compréhension des enjeux liés à la communication dans un secteur aussi ciblé que celui de la musique numérique.

Ce rapport de stage est un **compte rendu** de cette expérience, menée en tant que projet de fin d'études. Il s'articule autour de **trois axes** : la présentation de l'entreprise Youtips et de son positionnement, la description détaillée des missions qui m'ont été confiées, puis une analyse réflexive des compétences mobilisées et développées, en lien avec mon parcours de formation et mes aspirations professionnelles.

Recherches

02

Projet

Ce rapport de stage s'inscrit dans le cadre de ma deuxième année de **BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet** (MMI), au sein de l'IUT 1 de Grenoble. En tant que projet de fin d'études, cette période en entreprise devait me permettre d'approfondir mes compétences en lien avec la communication, la création de contenu et le web, plus spécifiquement autour de la **gestion de sites** (WordPress), du **marketing digital** et de la **production multimédia**. Je recherchais donc un stage dans ces domaines, idéalement dans une structure dynamique située entre Grenoble et Chambéry, zone où je réside. Je visais en priorité des structures à **taille humaine et dynamiques**, tout en restant attentif à d'autres formats susceptibles d'offrir une vraie diversité de missions.

Recherches

J'ai mené mes recherches principalement entre novembre et décembre. J'ai utilisé **plusieurs canaux** : le site d'offres d'emploi Indeed, sur lequel j'ai trouvé l'annonce de Youtips, mais aussi mon réseau personnel. En parallèle, j'ai adressé plusieurs **candidatures spontanées** à des agences de communication locales. Au total, j'ai envoyé une dizaine de candidatures, ce qui a généré quatre retours positifs : deux entretiens en présentiel, deux en visio.

J'ai veillé à présenter un dossier solide, avec un portfolio à jour (**difrancesconolan.fr**) et un profil LinkedIn complet. D'après les retours reçus, ces éléments ont joué un rôle déterminant. J'ai pu mener plusieurs échanges avec différentes structures, dont quelques entretiens qui ont débouché sur des propositions concrètes.

Mon choix s'est finalement porté sur YouTips, dont le périmètre des missions correspondait le mieux à mes aspirations : un environnement polyvalent mêlant rédaction optimisée SEO, création de visuels, montage vidéo et stratégie de contenu. La diversité des outils professionnels utilisés et une durée de stage de 13 semaines (la plus longue qu'on m'ait offerte) ont achevé de me convaincre. Cette durée étendue représentait pour moi l'opportunité d'aller au-delà de la simple découverte du métier et de réellement m'investir dans des projets de fond. Je voyais aussi dans YouTips une structure à taille humaine où je pourrais à la fois monter en compétences et apporter une vraie valeur ajoutée.

Conseils

Avec le recul, je recommanderais de **démarrer les recherches le plus tôt possible**, même dès septembre, afin de garder du temps pour les ajustements et aussi pour ne pas être surchargé entre les SAE et votre recherche de stage. Il est aussi très utile de **combiner plusieurs méthodes** : plateformes d'emploi, candidatures spontanées, appels téléphoniques, messages LinkedIn et surtout votre réseau personnel... Il ne faut pas hésiter à **se rendre visible** et **à relancer**. **Un portfolio de qualité**, bien présenté, peut vraiment faire la différence. Enfin, **la régularité**, **la préparation** et **la capacité à présenter concrètement ses compétences** sont des facteurs déterminants dans l'obtention d'un stage.

03 ENVIRONNEMENT

La société

Youtips situé à Grenoble est une SARL fondée et dirigée par **Fabien Fons**, un passionné de musique, de pédagogie et de l'univers Apple. L'entreprise fonctionne avec une équipe à taille humaine. **Julien Wegner**, unique collaborateur, expert en communication et web, joue un rôle essentiel dans la mise en œuvre des projets .



Le mode de fonctionnement chez Youtips est **horizontal et collaboratif**. Il n'existe pas de hiérarchie stricte comme dans une entreprise traditionnelle : chacun agit selon sa spécialité, dans un climat de confiance mutuelle et d'autonomie. Cette organisation favorise la fluidité des échanges, l'efficacité dans la répartition des tâches, et une ambiance de travail agréable et stimulante.



Vue de l'extérieur de Youtips - Street map

YouStudio est l'appartement aménagé en home studio professionnel à Grenoble pour y travailler et faire les formations. On y trouve plusieurs postes de travail équipés de Mac mini, un home studio complet (pianos, micros, pédales, enceintes, coussins acoustiques) et de nombreux outils pour la MAO (Musique Assistée par Ordinateur). Le lieu est pensé pour accueillir **8 à 10 stagiaires** ou apprenants dans les meilleures conditions : une salle à manger conviviale avec une cuisine, un traiteur à proximité pour les pauses déjeuner, et une cour extérieure pour garer les voitures ou les vélos, prendre un café ou déjeuner en été.

Marché et clients

Le cœur d'activité de Youtips se situe à la croisée de plusieurs univers :

- L'écosystème Apple et ses logiciels professionnels (montage, production audio) ;
- La musique assistée par ordinateur (MAO), principalement via Logic Pro sur Mac ;
- Le web, avec des formations spécialisées en création de sites WordPress, communication et Intelligence Artificielle.

Pourquoi cet ordre : Apple, puis musique, puis web ?

Ce classement répond à une logique stratégique adoptée par Youtips dans son approche pédagogique. Il s'agit d'un cheminement progressif et cohérent dans la formation : D'abord, on apprend à maîtriser ses outils (les produits Apple, leur écosystème et les logiciels associés), ensuite on se consacre à la création musicale ou audiovisuelle avec des outils comme Logic Pro, et enfin, on apprend à propulser et valoriser son projet grâce au web, à WordPress et à la communication numérique.

Youtips propose à la fois **des cours en ligne**, accessibles gratuitement ou via une formule payante, selon les contenus et le niveau d'approfondissement. À côté de ça, l'entreprise dispense **des formations professionnalisantes certifiantes**, qui sont financées par l'**AFDAS**. Enfin, depuis 2020, Youtips a lancé **un programme de certification WordPress**, qui s'intègre directement dans cette logique de formation complète, orientée vers l'autonomie et la montée en compétence dans le numérique.

Qu'est ce que l'AFDAS ?

L'AFDAS est un organisme de financement de la formation professionnelle dédié aux secteurs de la culture, des industries créatives, des médias et du spectacle vivant. Il accompagne les intermittents du spectacle, les artistes-auteurs et les professionnels de ces milieux dans le financement de leurs formations, que ce soit pour se perfectionner, se reconvertir ou monter en compétences dans leur domaine. L'AFDAS agit comme un OPCO (opérateur de compétences) reconnu par l'État, et permet à de nombreux professionnels de bénéficier de formations fortement prises en charge, sans avancer les frais, voir même de formations gratuites. Les formations sont organisées en modules de trois semaines réparties par sessions : une semaine de cours, une pause, puis une autre semaine, etc. Un rythme et des dates imposés en partie par les contraintes de l'AFDAS.

Le public de **Youtips** est majoritairement composé de musiciens : intermittents du spectacle, artistes en reconversion ou professionnels souhaitant compléter leurs compétences numériques. Toutefois, les formations restent accessibles à toute personne motivée, quel que soit son parcours.

Le modèle économique de Youtips repose pour l'instant très largement sur ce mécanisme de financement : c'est l'**AFDAS** qui permet à la structure de continuer à fonctionner, en aidant les stagiaires à financer les formations (environ 5000€ par stage). Ce point stratégique a été au cœur de ma compréhension du fonctionnement de l'entreprise : sans cet appui, le modèle ne serait pas viable à ce jour.

Youtips parvient à attirer de nouveaux stagiaires grâce à un ensemble d'actions de communication. La **chaîne YouTube** de l'entreprise, active depuis décembre 2014 : les tutoriels gratuits diffusés permettent non seulement de démontrer la qualité pédagogique des formateurs, mais aussi de **construire une relation** de confiance avec les futurs stagiaires. À cela s'ajoute une stratégie d'**emailing** régulière, destinée aux personnes inscrites sur le site. Enfin, le **bouche-à-oreille**, de nombreux inscrits viennent sur recommandation directe d'autres musiciens satisfaits, ce qui témoigne d'une fidélisation efficace et d'une réputation solide au sein du milieu.

Certaines personnes suivent les cours en présentiel à **YouStudio**, tandis que d'autres choisissent le distanciel via Zoom, en fonction de leurs contraintes personnelles (temps, transport, budget, etc.). Cette flexibilité est un atout fort de la structure puisqu'elle permet à Youtips de toucher des publics bien au-delà de sa base locale.

Télétravail et environnement

Comme l'équipe de Youtips est assez restreinte (nous étions **trois en tout**, moi compris), mon intégration s'est faite très naturellement. Pas de long processus d'onboarding, mais plutôt une ambiance simple, directe et bienveillante. Dès le premier jour, **Fabien,** mon maître de stage, m'a présenté les outils, les missions en cours, et m'a guidé sur mes premières tâches. Petit à petit, il m'a laissé plus d'**autonomie**, en me faisant confiance sur des missions variées : rédaction, montage, gestion de contenu, etc.



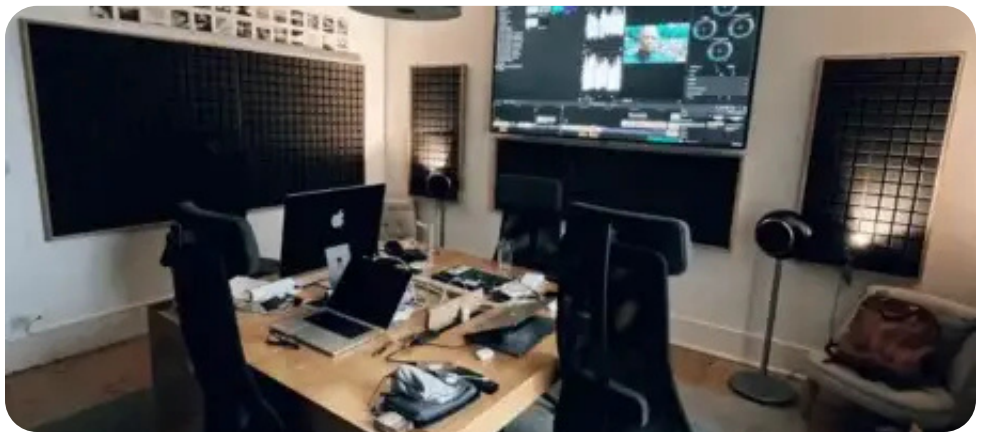
Première salle du studio - DF Nolan

Je travaillais principalement dans les locaux de **YouStudio**, un espace aménagé pour accueillir les formations et la production de contenu. Mon poste de travail était plutôt confortable : un bureau avec un **iMac**, une chaise ergonomique, des enceintes de monitoring, et surtout un cadre très calme. Ce qui rendait vraiment le lieu agréable à mes yeux, c'est que tout est pensé pour la création sonore. C'est **un vrai studio**, avec deux pièces traitées acoustiquement, des pianos, du matériel MAO... Même quand je ne travaillais pas directement sur du son, le lieu lui-même me mettait dans une certaine ambiance, propice à la concentration et à la créativité.

Je dirais que c'est ce mélange entre la convivialité d'un petit groupe, la confiance accordée dès le départ, et le cadre de travail bien conçu, qui a rendu l'expérience aussi agréable et formatrice.

Environ **30 %** de mon temps de stage s'est déroulé en télétravail. Il n'y avait pas de jours fixes définis : nous organisions cela selon les besoins et en fonction des périodes de formation à YouStudio. Le télétravail était privilégié lors des semaines creuses ou des phases de rédaction et de production de contenu à distance.

Travaillant sur un **PC fixe double écran** et un **PC portable**, je ne disposais pas des outils Apple à la maison, ce qui m'empêchait de faire du montage vidéo à distance car nous utilisions Pixelmator pour la retouche photo et Final Cut pour le montage vidéo. Les autres missions étaient néanmoins parfaitement réalisables depuis chez moi grâce aux **outils collaboratifs** mis en place le premier jour (Notes, Dossiers partagés, Zoom pour faire un briefing en début de journée etc...). Au niveau de la communication avec l'équipe, j'échangeais principalement par SMS.



Deuxième salle du studio - DF Nolan

Politique de RSE

Même si l'entreprise Youtips n'a pas de **politique RSE** officielle ou clairement définie, certaines choses que j'ai pu observer au quotidien pendant mon stage montrent qu'il y a quand même une vraie attention portée à certaines **valeurs importantes**. On ne parle pas ici de grands engagements affichés sur un site web ou d'un plan RSE structuré comme dans une grosse boîte, mais plutôt de **petites habitudes**, **de choix de fonctionnement** qui, mine de rien, vont dans ce sens-là.

Le cœur d'activité de Youtips, la formation professionnelle financée par l'AFDAS, s'inscrit dans une **logique d'accompagnement social fort**. L'entreprise rend accessibles à des intermittents du spectacle des formations techniques pointues, souvent réservées à des publics plus aisés. Permettre à des artistes en reconversion ou en complément d'activité de se former dans des conditions optimales, sans avancer les frais, c'est une forme concrète de RSE. Cette **mission sociale**, bien que portée par un dispositif public, fait pleinement partie de l'ADN de la structure.

Autre chose que j'ai trouvée intéressante, Fabien, le fondateur, a fait le choix de ne pas embaucher de salariés. D'une part pour des raisons budgétaires mais d'autre part, il préfère travailler avec des collaborateurs pour des missions ponctuelles. Cela permet **un mode horizontal** basé sur l'**autonomie** et la **confiance**. Les décisions stratégiques reviennent évidemment à Fabien en tant que dirigeant, mais le quotidien fonctionne sur un échange d'**instructions** et de **propositions** plutôt que sur une chaîne hiérarchique rigide. Une approche qui m'a permis à moi aussi d'évoluer dans un cadre clair tout en gardant une vraie marge d'initiative.

Selon moi, une vraie base pour une réflexion RSE, même si elle n'est pas encore formalisée. De plus, ce serait intéressant, par exemple, que Youtips rédige une petite **charte de valeurs**, ou qu'ils parlent un peu plus de ces choix sur leur site. Cela ne prendrait que peu de temps et permettrait de mettre en avant cette manière différente de travailler, plus humaine et plus respectueuse. Et puis pourquoi ne pas envisager aussi des actions pour compenser un peu l'empreinte numérique liée à l'IA ? Même des gestes simples, comme **soutenir un projet** de reforestation, ou choisir des **outils numériques** un peu **moins énergivores**.

En résumé, j'ai vu des choses très positives en place chez Youtips, même si certaines choses sont encore assez "instinctives". Mais au fond, c'est peut-être aussi ça, la RSE dans une petite structure : des valeurs qu'on vit au quotidien, même sans les afficher partout.

04 MISSIONS

Communication et contenu

Parmi les nombreuses missions que j'ai réalisées chez Youtips, une partie importante a concerné la rédaction, l'optimisation SEO et la gestion du contenu pédagogique du site Wordpress. À mon arrivée, une partie du site était encore désorganisée, notamment au niveau des contenus internes (plus de 650 pages et 1600 articles). J'ai donc été mobilisé en priorité sur un gros chantier de restructuration des articles et des glossaires (type de page), des outils centraux dans l'écosystème pédagogique de Youtips.

Wordpress ?

WordPress est un système de gestion de contenu (ou CMS) qui permet de créer et de gérer facilement un site web, sans forcément savoir coder. Il est utilisé aussi bien pour des blogs, des sites vitrines que pour des boutiques en ligne. C'est l'un des outils les plus populaires au monde pour construire un site.

Création et mise à jour des glossaires

Chez Youtips, un glossaire est un mot-clé défini sur le site, qui devient cliquable dans les cours et les articles. Lorsqu'un utilisateur clique sur ce mot, une fenêtre s'ouvre avec une définition claire, évitant ainsi de devoir chercher ailleurs.

Ces glossaires ont été utiles pour :

- Aider à la compréhension d'un terme technique, comme dans les cours en ligne.
- Améliorer le référencement naturel (SEO) du site, car chaque glossaire est une page optimisée supplémentaire.

Le SEO ?

Le SEO (Search Engine Optimization), ou référencement naturel, regroupe un ensemble de techniques qui visent à améliorer la visibilité d'un site web dans les résultats des moteurs de recherche. L'objectif est de faire apparaître les pages du site en haut des résultats, et ce, de manière non payante.

Mon rôle était donc de créer des nouveaux termes, de mettre à jour les anciens (plus de 350 au total), et de maintenir leur cohérence tout au long des contenus.

Pour cela, j'utilisais le plugin WordPress "CM Tooltip Glossary". Fabien m'avait fait un tuto avec une méthode structurée et efficace.

Un plugin ?

Un plugin (ou extension) est un petit programme que l'on ajoute à un site ou à un logiciel (en l'occurrence, WordPress) pour lui apporter de nouvelles fonctionnalités, sans avoir à tout coder.

Mais concrètement ?

Pour chaque terme de glossaire, je devais créer une page WordPress à partir d'un modèle déjà prêt. Ensuite, je générais une définition courte à l'aide d'une IA, en m'appuyant sur des prompts que j'avais rédigés moi-même, ce qui me permettait d'avoir un contenu cohérent et rapide à produire. Une fois la base posée, je passais à l'optimisation SEO de la page : il fallait ajouter un titre, une meta-description, des mots-clés, et soigner les liens internes et externes. J'utilisais un plugin dédié pour améliorer le référencement, et je m'arrangeais toujours pour obtenir un score le plus élevé possible.

Je choisissais ensuite une illustration adaptée, soit une photo que j'avais prise, soit une image générée par IA, que j'optimisais en format WebP pour que le site reste rapide à charger. Enfin, je devais rattacher le terme à la bonne catégorie, et ajuster les paramètres pour que le mot ne soit pas cliquable sur sa propre page (ça, c'était un petit détail technique… mais important).

Un glossaire "classique" me prenait environ 20 à 30 minutes, mais certains termes plus complexes, notamment les glossaires d'artistes (avec leur biographie, leurs œuvres et tout ce qui va avec) pouvaient me demander jusqu'à 1h30.

Cette mission, à la fois technique et structurante, m'a permis de prendre en charge un chantier de fond important pour l'entreprise : améliorer la lisibilité, l'expérience utilisateur et le référencement naturel du site. Un travail méthodique souvent reporté faute de temps en interne, que j'ai pu mener à bien sur plus de 350 termes.

Un prompt ?

Un prompt est une instruction ou une question que l'on donne à une intelligence artificielle pour qu'elle génère une réponse. Il peut s'agir d'un texte, d'une consigne ou même d'un mot-clé, que l'IA utilise pour produire un contenu adapté.

Interaction avec la communauté

Une autre mission que j'ai beaucoup appréciée a été l'interaction avec la communauté, ce qui s'est apparenté à un rôle de *community manager* et de support utilisateur, à mi-chemin entre l'accompagnement pédagogique et la relation client.

- Répondre aux commentaires sur l'espace dédié du site ou sur la chaîne YouTube ;
- Accompagner certains utilisateurs dans leur compréhension des contenus.

J'ai pris plaisir à créer un lien avec les personnes, à leur donner des conseils et à répondre aux questions de celles et ceux qui suivaient les cours en ligne ou posaient des questions dans les commentaires YouTube. Toutefois, j'ai parfois été limité dans mes réponses, notamment sur des questions techniques pointues liées à Logic Pro par exemple, un logiciel de mixage audio que je ne maîtrise pas. Dans ces cas, je redirigeais les utilisateurs vers Fabien ou Julien pour une réponse plus experte ou alors je m'aidais de l'IA pour formuler une réponse correcte.

Création de cours et gestion de contenu pédagogique

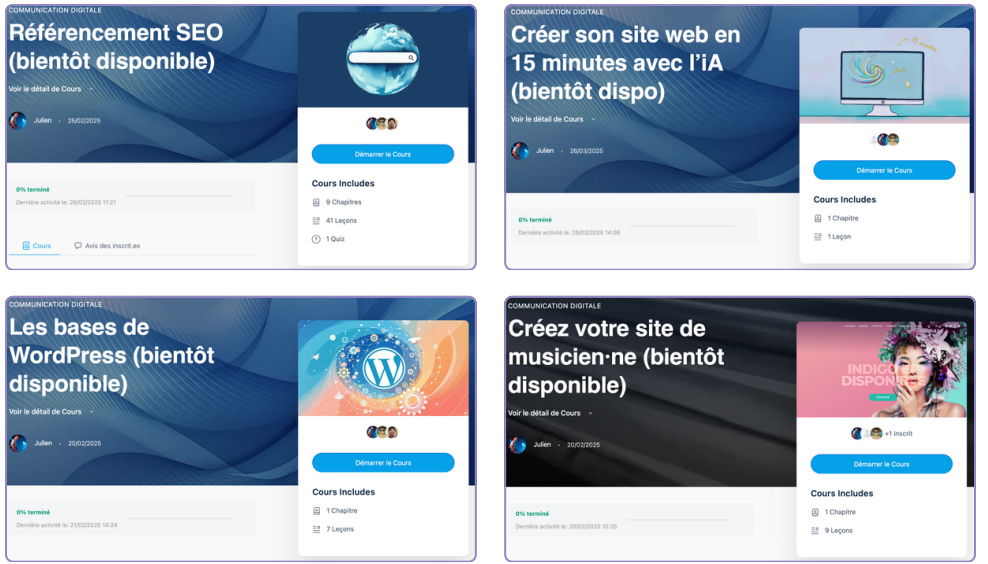
Une mission particulièrement marquante de mon stage a été la création et la structuration de cours en ligne, proposés sur le site de Youtips à l'aide du plugin LearnDash (LMS). J'ai participé à la mise en forme de plusieurs parcours de formation, certains gratuits et d'autres à venir en version payante.

Parmi ces cours, j'ai notamment contribué à :

- "Les bases de WordPress" (cours gratuit, bientôt disponible) : ce cours reprenait des vidéos déjà présentes sur YouTube, mais nécessitait un travail de mise en ordre pédagogique, de résumé, de chapitrage, et d'intégration sur Vimeo pour un affichage propre dans LearnDash. Bien que ce cours soit basique, il m'a permis de me familiariser avec l'outil, d'apprendre à organiser un contenu existant de manière cohérente, et de comprendre comment le rendre accessible via une plateforme de formation.

- "Créer son site web en 15 minutes grâce à l'IA", "Créez votre site de musicien·ne" et "Référencer son site avec SEOPress" : trois cours payants, divisés en 1 ou plusieurs chapitres chacun, pour lesquels j'ai effectué un travail plus approfondi. J'ai participé au montage des vidéos (cf. partie vidéo/montage), à leur intégration, à la rédaction des résumés, au chapitrage précis, et à la mise en page du cours.

Après le montage des vidéos, pour chaque cours, je devais réfléchir à la meilleure manière d'organiser le contenu : combien de chapitres créer, comment découper les leçons et/ou les résumés, et si des compléments (textes, liens, ressources) étaient nécessaires pour enrichir l'apprentissage.



Captures d'écran de l'interface des cours en ligne créés sur le site.

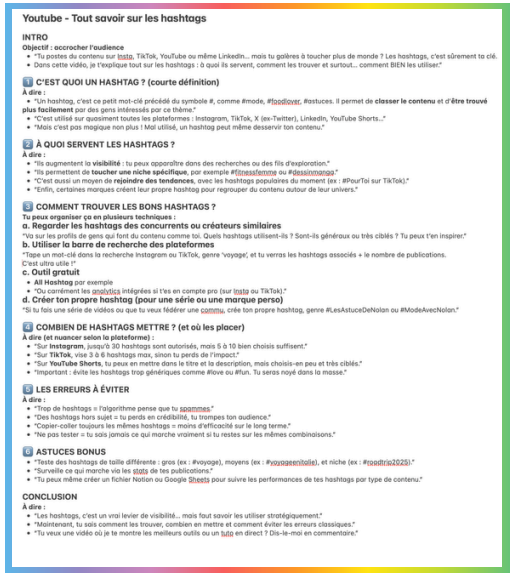
Ce qui m'a particulièrement plu, au-delà des compétences techniques acquises, c'est que j'ai pu suivre ces cours payants en interne tout en les structurant : c'était une expérience d'apprentissage et de production en simultané. J'ai ainsi appris beaucoup de choses sur WordPress, le SEO, les outils IA... que je n'aurais peut-être pas autant approfondis autrement.

Recherche de sujets de vidéos et préparation de contenu

J'ai aussi été sollicité pour trouver des idées de vidéos pour la chaîne YouTube. C'était un exercice assez stimulant parce qu'il fallait se mettre à la place de l'utilisateur : qu'est-ce qu'on aurait aimé apprendre ? Qu'est-ce qu'on chercherait à taper sur YouTube ?

J'ai proposé plusieurs idées, mais parmi elles, j'ai rédigé deux plans complets pour des vidéos à venir :

- "Tout savoir sur les hashtags"
- "Importer une police dans Canva Pro"



Youtube - Tout savoir sur les hashtags

INTRO

Objectif : accrocher l'oudience

- "Tu postes du contenu sur Insta, TikTok, YouTube ou même LinkedIn... mais tu galères à toucher plus de monde ? Les hashtags, c'est sûrement ta clé.
- Dans cette vidéo, je t'explique tout sur les hashtags : à quoi ils servent, comment les trouver et surtout... comment BIEN les utiliser."

1 C'EST QUOI UN HASHTAG ? (courte définition)

À dire :

- "Un hashtag, c'est ce petit mot-clé précédé du symbole #, comme #mode, #foodlover, #astuces. Il permet de **classer le contenu** et d'**être trouvé plus facilement** par des gens intéressés par ce thème."
- "C'est utilisé sur quasiment toutes les plateformes : Instagram, TikTok, X (ex-Twitter), LinkedIn, YouTube Shorts..."
- "Mais c'est pas magique non plus ! Mal utilisé, un hashtag peut même desservir ton contenu."

2 À QUOI SERVENT LES HASHTAGS ?

À dire :

- "Ils augmentent la **visibilité** : tu peux apparaître dans des recherches ou des fils d'exploration."
- "Ils permettent de **toucher une niche spécifique**, par exemple #fitnessfemme ou #dessinmanga."
- "C'est aussi un moyen de **rejoindre des tendances**, avec les hashtags populaires du moment (ex : #PourToi sur TikTok)."
- "Enfin, certaines marques créent leur propre hashtag pour regrouper du contenu autour de leur univers."

3 COMMENT TROUVER LES BONS HASHTAGS ?

Tu peux organiser ça en plusieurs techniques :

a. Regarder les hashtags des concurrents ou créateurs similaires

"Va sur les profils de gens qui font du contenu comme toi. Quels hashtags utilisent-ils ? Sont-ils généraux ou très ciblés ? Tu peux t'en inspirer."

b. Utiliser la barre de recherche des plateformes

"Tape un mot-clé dans la recherche Instagram ou TikTok, genre 'voyage', et tu verras les hashtags associés + le nombre de publications. C'est ultra utile !"

c. Outil gratuit

- **All Hashtag** par exemple
- "Ou carrément les analytics intégrées si t'es en compte pro (sur Insta ou TikTok)."

d. Créer ton propre hashtag (pour une série ou une marque perso)

"Si tu fais une série de vidéos ou que tu veux fédérer une commu, crée ton propre hashtag, genre #LesAstuceDeNolan ou #ModeAvecNolan."

4 COMBIEN DE HASHTAGS METTRE ? (et où les placer)

À dire (et nuancer selon la plateforme) :

- "Sur **Instagram**, jusqu'à 30 hashtags sont autorisés, mais 5 à 10 bien choisis suffisent."
- "Sur **TikTok**, vise 3 à 6 hashtags max, sinon tu perds de l'impact."
- "Sur **YouTube Shorts**, tu peux en mettre dans le titre et la description, mais choisis-en peu et très ciblés."
- "Important : évite les hashtags trop génériques comme #love ou #fun. Tu seras noyé dans la masse."

5 LES ERREURS À ÉVITER

À dire :

- "Trop de hashtags = l'algorithme pense que tu spammes."
- "Des hashtags hors sujet = tu perds en crédibilité, tu trompes ton audience."
- "Copier-coller toujours les mêmes hashtags = moins d'efficacité sur le long terme."
- "Ne pas tester = tu sais jamais ce qui marche vraiment si tu restes sur les mêmes combinaisons."

6 ASTUCES BONUS

- "Teste des hashtags de taille différente : gros (ex : #voyage), moyens (ex : #voyageenitalie), et niche (ex : #nadirio2025)."
- "Surveille ce qui marche via les stats de tes publications."
- "Tu peux même créer un fichier Notion ou Google Sheets pour suivre les performances de tes hashtags par type de contenu."

CONCLUSION

À dire :

- "Les hashtags, c'est un vrai levier de visibilité... mais faut savoir les utiliser stratégiquement."
- "Maintenant, tu sais comment les trouver, combien en mettre et comment éviter les erreurs classiques."
- "Tu veux une vidéo où je te montre les meilleurs outils ou un tuto en direct ? Dis-le-moi en commentaire."

Extrait d'une note liée à la préparation d'une vidéo

Les scripts étaient prêts, et Fabien m'a même proposé de tourner ces vidéos moi-même. Autant dire que je n'ai pas hésité longtemps à dire oui ! Malheureusement, avec la fin du stage qui approchait, et deux formations qui se chevauchaient, je n'ai pas eu assez de temps et d'espace pour les tourner.

Mais je vais sûrement revenir juste après la fin du stage pour le faire. C'est un projet que je trouve motivant et un peu nouveau pour moi. Je me dis que cela fera une belle continuité après le stage, et surtout, ce sera une première pour moi d'apparaître sur la chaîne.

Création d'articles et gestion des vidéos YouTube

En complément des autres missions, j'ai également été impliqué dans la création d'articles WordPress associés aux vidéos YouTube de Youtips. Il faut savoir que le site et la chaîne comptent aujourd'hui plus de 1300 vidéos publiées, ce qui représente un volume de contenu énorme, à la fois en termes de production et d'organisation. Ce travail consistait à :

- Rédiger un article dédié pour chaque nouvelle vidéo ;
- Ajouter une description enrichie, des liens utiles et des éléments de contexte ;
- Optimiser le chapitrage YouTube et la mise en forme ;
- Mettre à jour les anciens articles si nécessaire.

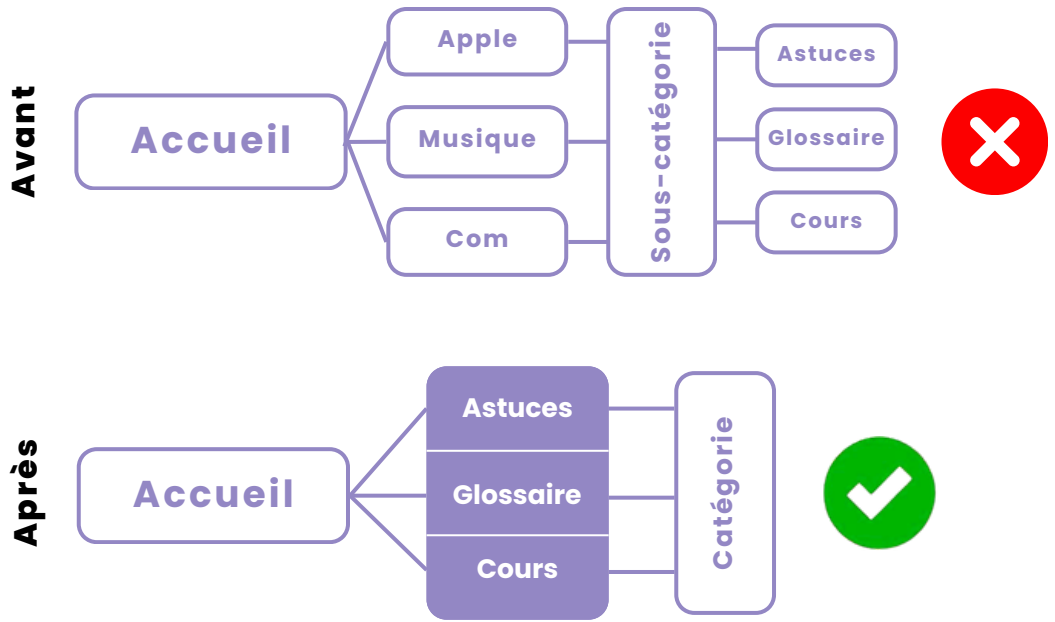
J'ai également été amené à mettre à jour d'anciens articles, notamment pour corriger des liens cassés, actualiser les descriptions ou améliorer le SEO.

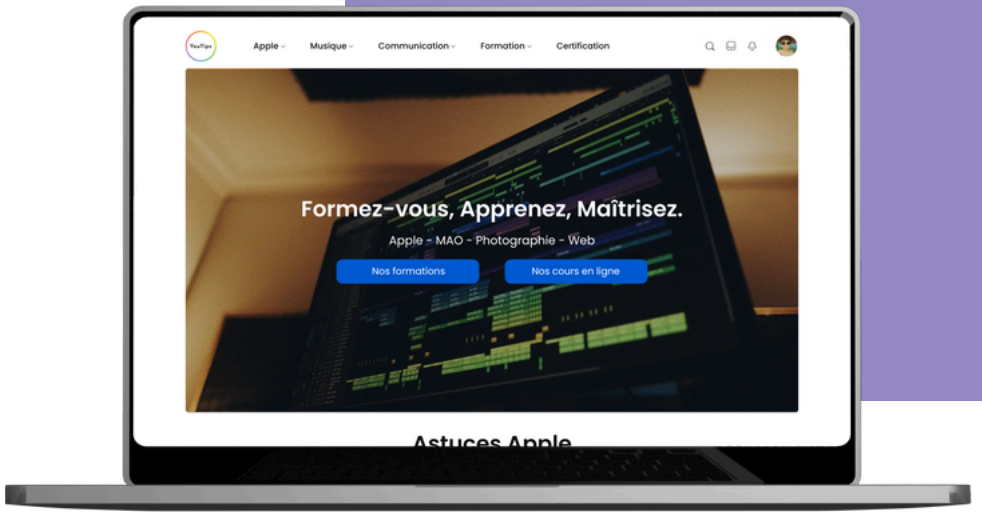
Ce travail m'a permis de me confronter à la réalité d'une chaîne active : il ne s'agit pas juste de publier, mais de structurer, de relier les contenus entre eux, et de faciliter l'accès à l'information. C'est aussi un vrai enjeu en termes de référencement naturel, car chaque vidéo publiée représente une opportunité de capter du trafic via une recherche Google ou YouTube.

J'ai aussi pu observer, grâce à des outils de statistiques (comme YouTube Studio ou SEOPress sur WordPress), que les vidéos accompagnées d'un article complet et bien optimisé ont tendance à générer plus d'engagement (clics, temps de visionnage, commentaires). Cela m'a donné une vraie prise de conscience de l'importance du contenu rédactionnel autour d'une simple vidéo.

Développement web

Pendant mon stage, j'ai aussi participé à un gros chantier : la modification de plusieurs pages du site, et en particulier la page d'accueil. Avec Fabien, on voulait que la page soit moins lourde, plus accueillante avec du vivant et surtout plus proche de notre public principal, c'est-à-dire les musiciens. On s'est rendu compte qu'il fallait vraiment adapter le site à ceux qui venaient suivre nos formations, principalement des intermittents du spectacle. Après tout, ce sont eux qui font vivre Youtips, et il fallait leur parler directement.

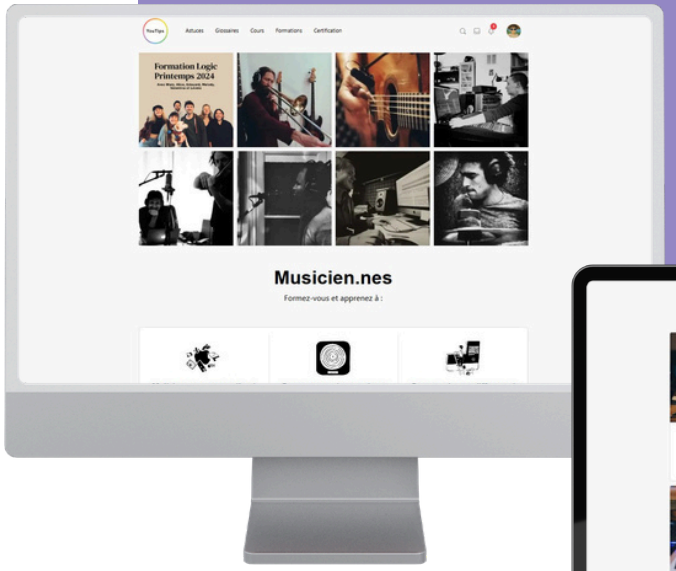




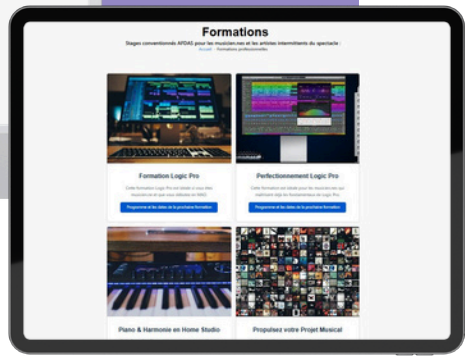
Capture de la page d'accueil avant la refonte

Simplification de la navigation

Une partie importante du travail a été de réfléchir à l'ergonomie du site. Pour ça, Fabien a demandé l'avis d'une connaissance extérieure, histoire d'avoir un regard neuf. Cette personne a navigué sur le site en enregistrant son parcours, et nous a vite confirmé un problème qu'on soupçonnait déjà : les utilisateurs se perdaient. Avant, la navigation était basée sur des catégories assez larges comme Apple, Musique, Communication, avec en dessous des sous-catégories (Astuces, Glossaire, Cours, etc.). Mais dans la pratique, ce n'était pas du tout intuitif. Les visiteurs ne savaient pas toujours où cliquer, ni où chercher ce qu'ils voulaient vraiment.



Capture de la page d'accueil après la refonte



Une autre page - "Formations"

Un travail sur tout le site, pas seulement l'accueil

La page d'accueil n'est pas la seule qui a été retravaillée. Petit à petit, on a aussi repris quasiment toutes les pages principales, pour améliorer leur lisibilité et leur accessibilité. Même si notre cœur de cible reste les intermittents du spectacle pour les formations, il ne faut pas oublier que beaucoup d'autres visiteurs arrivent sur notre site pour consulter les astuces, lire les glossaires ou chercher des infos rapides. Il était donc important de conserver un équilibre : rendre l'accueil plus adapté aux musiciens, mais sans exclure les autres utilisateurs.

Nous avons réfléchi ensemble à une solution plus simple et plus cohérente. Ce projet s'est construit à deux, dans un véritable échange : idées, essais, ajustements... tout s'est fait en dialogue. Ce n'est pas anodin : modifier la page d'accueil, c'est repenser l'entrée principale du site, donc il fallait prendre le temps de bien faire.

Nous avons choisi de simplifier la navigation autour des sections essentielles : Astuces - Glossaire - Cours - Formations - Certification

Une fois dans l'une de ces catégories, l'utilisateur accède à tout le contenu associé, avec des filtres clairs pour s'orienter facilement, sans s'égarer, ni multiplier les clics inutiles. L'objectif était d'alléger les pages pour les rendre plus rapides, plus lisibles, sans sacrifier la richesse du contenu.

Aujourd'hui, les tendances en webdesign privilégient justement cette approche minimaliste : moins d'éléments, plus d'espaces, des parcours de navigation plus fluides. Ce n'est pas qu'une affaire de style : en limitant les distractions, on favorise l'attention de l'utilisateur. En simplifiant ainsi la navigation de Youtips, on améliore à la fois l'expérience utilisateur et les performances SEO, car un site clair et rapide réduit le taux de rebond et encourage l'engagement.

Taux de rebond ?

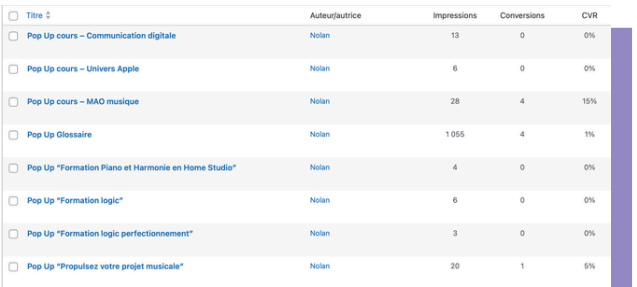
Le taux de rebond (ou bounce rate en anglais) correspond au pourcentage de visiteurs qui quittent un site web après avoir consulté une seule page, sans cliquer ailleurs ni interagir davantage. C'est comme si quelqu'un entrait dans une boutique, regardait juste la vitrine, puis repartait immédiatement. Et Google analyse ce taux ! Si le pourcentage est élevé, alors il considère un problème d'ergonomie, de contenu ou de ciblage et fait baisser le référencement.

En dehors des missions principales, j'ai aussi été impliqué sur plein de petites tâches secondaires mais qui, mises bout à bout, ont eu pas mal d'importance dans le fonctionnement du site et dans l'expérience utilisateur. Certaines étaient techniques, d'autres plus créatives, et d'autres carrément inattendues.

Création de pop-ups avec HollerBox et automatisation marketing

Par exemple, j'ai mis en place des pop-ups sur les pages de formation et les cours, à l'aide du plugin HollerBox. L'idée, c'était de capter l'attention des visiteurs pour ne pas les laisser repartir sans laisser de trace : leur proposer un contenu gratuit, un bonus, ou juste les inciter à s'inscrire à la newsletter. Ces pop-ups étaient reliés à Groundhogg, un autre plugin qui permet d'automatiser l'envoi d'e-mails.

L'objectif : convertir un maximum de visiteurs en abonnés, puis garder le lien avec eux. J'ai pu créer plusieurs pop-ups et certains ont généré pas mal d'impressions et de conversions. Pour cela, il fallait créer un texte accrocheur selon le type de page, et bien définir le moment d'apparition de celles-ci.



Titre	Auteur/autrice	Impressions	Conversions	CVR
Pop Up cours – Communication digitale	Nolan	13	0	0%
Pop Up cours – Univers Apple	Nolan	6	0	0%
Pop Up cours – MAO musique	Nolan	28	4	15%
Pop Up Glossaire	Nolan	1 055	4	1%
Pop Up "Formation Piano et Harmonie en Home Studio"	Nolan	4	0	0%
Pop Up "Formation logic"	Nolan	6	0	0%
Pop Up "Formation logic perfectionnement"	Nolan	3	0	0%
Pop Up "Propulsez votre projet musicale"	Nolan	20	1	5%

Capture écran des statistiques des pop-ups

C'était une mission très concrète, orientée stratégie marketing, que je n'avais jamais vraiment touchée avant. Et honnêtement, j'ai bien aimé voir les résultats s'afficher en direct : quand je vois que ça fonctionne (pas toutes, mais certaines n'étaient en ligne que depuis peu), je me suis dit que mon petit carré flottant était loin d'être inutile !

Un Pop-Up ?



En moyenne, les pop-ups sur les sites web affichent un taux de conversion pouvant atteindre 11 % lorsqu'ils sont bien conçus et bien placés. Cela signifie que sur 100 visiteurs, jusqu'à 11 peuvent devenir des prospects ou des clients grâce à un pop-up efficace (cf. source 2). D'autres études montrent que le taux de conversion moyen tourne autour de 3,1 %, mais peut dépasser 9 % pour les meilleurs pop-ups (cf. source 3).

Impression ?

À chaque fois que la pub/le pop-up s'affiche à quelqu'un, c'est une impression.

Conversion Rate ?

Autrement dit, CVR, c'est le pourcentage de personnes qui ont cliqué sur la pub et ont fait l'action attendue (ici une inscription).

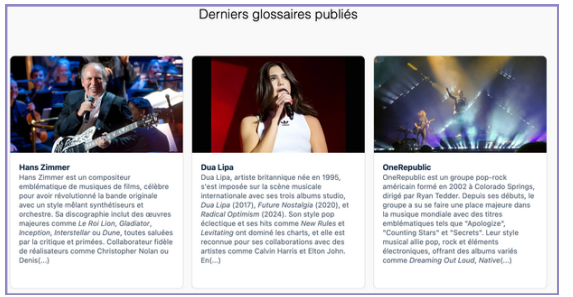
Même si le développement web de ce type n'était pas le cœur du stage, j'ai quand même eu l'occasion de toucher un peu au code, notamment pour personnaliser certaines parties du site et pour résoudre quelques bugs techniques qui bloquaient le bon fonctionnement de certains plugins.

Le site de Youtips tourne sous WordPress avec le thème BuddyBoss, et comme beaucoup de fonctionnalités sont gérées par des plugins, on se retrouve parfois limité en termes de mise en page ou de personnalisation. De ce fait, j'ai ajouté pas mal de custom CSS directement dans la section dédiée du thème, pour corriger des soucis d'affichage ou améliorer la mise en page de certaines pages générées automatiquement.

J'ai aussi utilisé le plugin Code Snippets pour injecter du code PHP personnalisé, principalement pour modifier l'apparence ou le comportement de certains formulaires et profils utilisateurs. Une approche pragmatique du code qui m'a permis d'intervenir efficacement sur la logique du site et des plugins, en respectant l'intégrité du système en production.



Avant le custom CSS



Après le custom CSS

Quand des problèmes plus sérieux sont apparus (notamment des conflits entre plugins) j'ai dû me plonger dans une mission un peu plus technique : le débogage. Certains éléments du site ne fonctionnaient plus correctement, et on ne savait pas trop pourquoi. Pour éviter de tout casser sur le site principal, j'ai cloné le site sur une branche de test (Faaaster, notre hébergeur, permet cette fonctionnalité).

> Une branche, c'est une copie du site (avec un autre url), sur laquelle on peut tester des choses en toute sécurité, sans impacter les visiteurs ou les utilisateurs.

Sur cette version test, j'ai commencé à désactiver les plugins un par un pour voir d'où venait le problème. Et au bout d'un moment, j'ai pu identifier que le bug venait d'un conflit entre SEOPress et BuddyBoss. C'est à partir de là que j'ai contacté les supports techniques des deux plugins pour leur expliquer le souci et chercher une solution.

J'ai également intégré Gemini à ma méthodologie de débogage, comme outil de support pour analyser certaines erreurs, structurer ma démarche de tests et valider mes hypothèses. Une approche désormais standard dans les métiers du web, qui m'a permis de gagner en efficacité tout en maintenant un esprit critique sur les solutions proposées.

Production visuelle

Une autre facette de mon stage chez Youtips, et pas des moindres, a été tout ce qui touche à l'image. Photo, retouche, montage… autant de petits morceaux de missions qui, mis bout à bout, ont formé une partie importante de mon quotidien. J'ai beaucoup jonglé entre plusieurs outils, plusieurs formats, et même plusieurs logiques, selon que je travaillais pour un cours, une page du site, ou une vidéo.

Photographie et visuels pour le web

J'ai d'abord été amené à faire pas mal de prises de vue. Ce n'était pas toujours pour faire de grandes photos très complexes mais surtout pour illustrer les glossaires et les cours en ligne et parfois pour des miniatures de vidéos. J'ai principalement utilisé un appareil Leica et j'ai trouvé cela assez plaisant. Ce travail sur l'image m'a encore une fois permis de faire le lien avec ma formation MMI. J'ai essayé de faire attention au cadrage, à la lumière, à ce que l'image soit lisible et cohérente avec l'univers de Youtips. Ce n'était pas de la photo artistique très poussée, mais plutôt des visuels clairs, propres, adaptés à un usage web.

Les avantages de l'optimisation des images pour le web sont nombreux, et souvent sous-estimés. Selon HTTP Archive, les images représentent en moyenne 21 % du poids total d'une page web (cf. source 4). Optimiser leur taille et leur format permet donc d'améliorer considérablement la vitesse de chargement, d'alléger le stockage serveur, de faciliter les sauvegardes et d'avoir un impact positif sur le référencement naturel. Une page plus rapide, c'est aussi un taux de rebond réduit et une meilleure expérience utilisateur (cf. annexe n°2).

Retouche photo et création graphique

Une fois les photos prises, que ce soit pour les glossaires, les cours ou les visuels du site : je passais à la retouche. J'ai utilisé Pixelmator Pro pour tout ce qui demandait un peu plus de précision, comme le détourage ou les réglages de contraste, et Canva pour des montages plus simples ou quand il fallait adapter un visuel rapidement au format web : miniatures, images à intégrer dans les cours, bannières, etc.

Ce que j'ai bien aimé, c'est que je n'étais pas bridé. Fabien me donnait juste les grandes lignes, les intentions, et après, j'étais libre de proposer des choses. On discutait, on ajustait, et souvent, ça avançait plus vite et plus naturellement comme ça. J'ai trouvé cela très formateur.

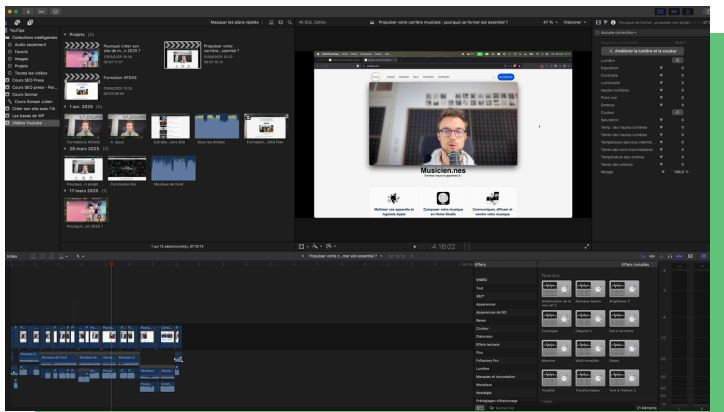
Quelques-unes des photos prises durant le stage – DF Nolan



Montage vidéo sur Final Cut Pro

Pour ce qui est du montage vidéo, je me suis occupé de plusieurs vidéos, que ce soit pour les cours en ligne ou pour la chaîne YouTube. Les vidéos étaient déjà tournées, mais tout restait à faire côté montage. J'ai utilisé Final Cut Pro, que je ne connaissais pas du tout avant le stage. C'était un peu intimidant au début (comme souvent avec les logiciels Apple quand on vient du monde PC…), mais après quelques vidéos, j'ai commencé à prendre le pli.

Je faisais du dérushage, des coupes, j'ajoutais des titres, transitions, et parfois quelques éléments graphiques si nécessaire. Ensuite je gérais l'export, l'upload sur Vimeo ou YouTube, et je m'assurais que le tout soit bien intégré dans les cours. Ce qui m'a vraiment plu dans cette partie-là, c'est que j'apprenais en même temps que je produisais. En montant les vidéos, je regardais les cours… et sans m'en rendre compte, je suivais la formation tout en travaillant dessus.



Capture d'écran d'un montage vidéo réalisé sur Final Cut Pro pour une vidéo YouTube.

Création du logo YouLab : de l'idée au brouillon

J'ai aussi eu l'occasion de participer à un projet encore en développement chez Youtips : la création de YouLab, un futur label axé sur la musique, la photographie et la conception de mobilier pour musiciens (desks). Contrairement à Youtips, qui se concentre sur la formation, YouLab vise un public plus orienté création et production.

Dès le début, on a réfléchi à l'identité visuelle du projet. Au départ, on avait pensé à un logo en forme de disque vinyle, avec des couleurs sombres et rouges, et des contours qui rappelaient un peu l'univers de Youtips – histoire de ne pas s'en éloigner complètement visuellement. Le disque intégrait même un objectif de caméra au centre, pour faire le lien avec la photo et la vidéo.



Mais assez vite, on s'est rendu compte que ce genre de logo (un disque vinyle stylisé) était vu et revu, surtout dans le monde de la musique. On avait peur de tomber dans le cliché. Alors, on est reparti de zéro, et on s'est demandé : quelles sont vraiment les valeurs de YouLab ? Qu'est-ce qu'on veut transmettre à travers ce logo ?

Exploration, recherches, croquis

À partir de là, j'ai commencé à faire mes propres recherches, un peu en autonomie. J'ai testé et recommencé différentes pistes, en essayant de représenter visuellement ce qui faisait l'essence de YouLab : la musique, bien sûr, mais aussi la communication, l'univers du mobilier audio, la création de contenu, et même un côté design graphique moderne.

J'ai fini par produire une dizaine de brouillons de logos, plus ou moins aboutis. Certains reprenaient des symboles assez évidents comme un casque audio, d'autres jouaient avec des bulles de conversation pour souligner le lien avec la communication, ou encore des éléments qui rappelaient l'ergonomie d'un meuble studio, avec des boutons, molettes ou curseurs stylisés. Même si tout n'était pas abouti, cela m'a permis de poser des bases visuelles et de stimuler la réflexion graphique autour du projet.

Un travail en évolution

J'ai présenté mes pistes à Fabien pour recueillir ses impressions ; certaines d'entre elles lui ont particulièrement plu, et il a apprécié les directions que j'avais explorées. Ce travail n'était pas figé, et on n'a pas encore arrêté le logo définitif. Mais j'ai beaucoup appris sur le fait de construire une identité visuelle à partir de valeurs abstraites, et non juste à partir d'un objet ou d'une forme "jolie". C'est un travail qui mélange intuitif et réfléchi, et j'ai apprécié pouvoir y contribuer en apportant mon regard, même sans être graphiste à la base.



"L'apprentissage ne se fait pas seulement dans les livres, mais dans l'expérience."
Albert Einstein

05

CONCLUSION

Bilan du stage

Ce stage chez **Youtips** a été pour moi une expérience vraiment complète, à la fois professionnelle et personnelle. J'ai eu la chance d'évoluer dans un cadre très humain, avec une petite équipe où chacun avait sa place, où on échangeait facilement, et où j'ai pu m'investir très concrètement dans des projets réels.

Dès les premières semaines, j'ai été impliqué dans des tâches importantes et utiles, parfois même laissées de côté faute de temps par l'équipe avant mon arrivée. Par exemple, j'ai pris en main la création et la mise à jour de **plus de 350 glossaires**, un travail long, minutieux mais essentiel pour le référencement du site et la pédagogie des cours. J'ai aussi participé à la **rédaction d'articles SEO**, à la **création de cours en ligne**, au **montage vidéo** sur Final Cut Pro, à **la retouche photo** avec Pixelmator, et à **l'amélioration de l'ergonomie du site**.

Techniquement, j'ai appris à me débrouiller avec des outils que je ne connaissais pas vraiment en arrivant, notamment les **logiciels Apple** et une multitude de **plugins Wordpress** inconnus pour moi. J'ai dû m'adapter, chercher par moi-même, tester pour avancer. J'ai découvert aussi la gestion de contenus à grande échelle, l'importance de la communication avec une communauté, et des aspects plus stratégiques comme la réflexion sur l'identité visuelle ou la structure d'un site WordPress.

Si je devais noter un petit regret, ce serait de ne pas avoir eu l'occasion de travailler davantage sur **les réseaux sociaux**, notamment Instagram. C'est un canal important pour toucher la communauté créative, et je pense qu'il y aurait pas mal de choses intéressantes à développer autour du contenu de Youtips.

Perspectives d'avenir

Même si mon stage touche à sa fin, il est possible que ce ne soit qu'un début. Fabien m'a proposé de poursuivre avec Youtips en alternance, une opportunité que j'aimerais vraiment concrétiser. Il doit encore réfléchir à l'organisation et au budget, et il m'a dit qu'il me donnerait une réponse définitive dans les prochaines semaines, mais c'est plutôt bien parti. Cette suite me permettrait non seulement de continuer à travailler dans un cadre que je connais bien, mais aussi de creuser certains aspects que j'ai peu eu le temps d'aborder, comme la gestion des réseaux sociaux, et notamment le développement d'Instagram, qui reste un levier important pour toucher la communauté musicale. J'ai envie d'approfondir mes compétences, de prendre plus de responsabilités, et de participer encore plus activement à l'évolution du projet. Ce stage m'a permis de confirmer mon envie de m'orienter durablement vers ce type de métier et d'environnement de travail dans les années à venir.

MERCI

ANNEXES

Bibliographie

[1] Novethic, ChatGPT consomme 10 fois plus d'électricité qu'une requête Google, consulté en avril 2024.
URL : https://www.novethic.fr/environnement/climat/ia-quels-impacts-se-cachent-derriere-nos-conversations-avec-chatgpt

[2] OptinMonster, Popup Conversion Rate Statistics: What You Can Expect, consulté en avril 2025.
URL : https://www.leadfox.co/blog-fr/les-pop-up-tout-ce-qu-il-faut-absolument-savoir

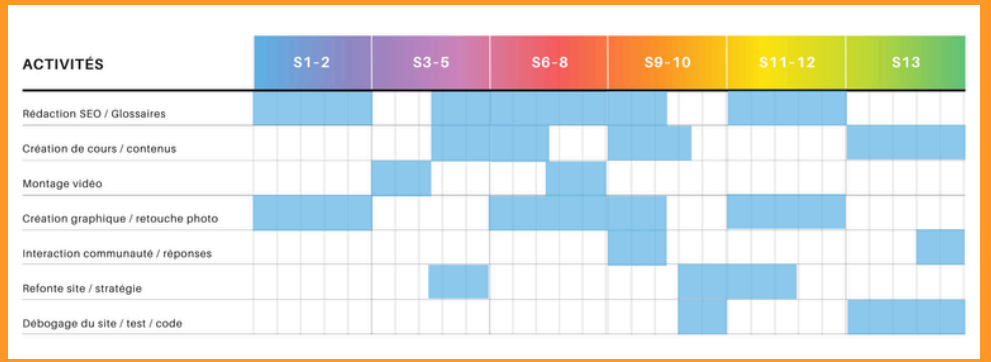
[3] Sumo.com, What's a Good Conversion Rate for a Pop-up?, données basées sur plus de 2 milliards de pop-ups analysés, consulté en avril 2025.
URL : https://qualifio.com/fr/blog/valeur-pop-ups-marketing/

[4] HTTP Archive, Report: Page Weight, consulté en avril 2025.
URL : https://httparchive.org/reports/page-weight

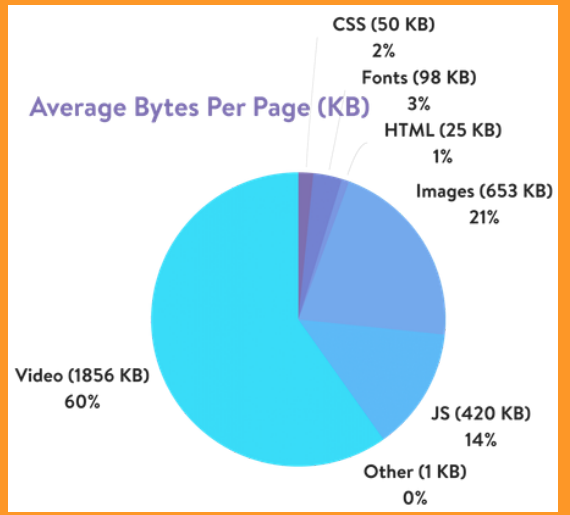
AFDAS – Organisme de formation pour les secteurs culturels.
URL : https://www.afdas.com

Les illustrations figurant dans le sommaire et en page trois proviennent de Youtips et ont été insérées avec son accord.

Outils et technologies utilisés durant le stage :
WordPress (avec les plugins principaux : BuddyBoss, SEOPress, LearnDash, CM Tooltip Glossary, HollerBox, Groundhogg), Final Cut Pro (Apple), Pixelmator Pro, Vimeo, Canva. Le site est hébergé via Faaaster, spécialisée dans l'optimisation WordPress.



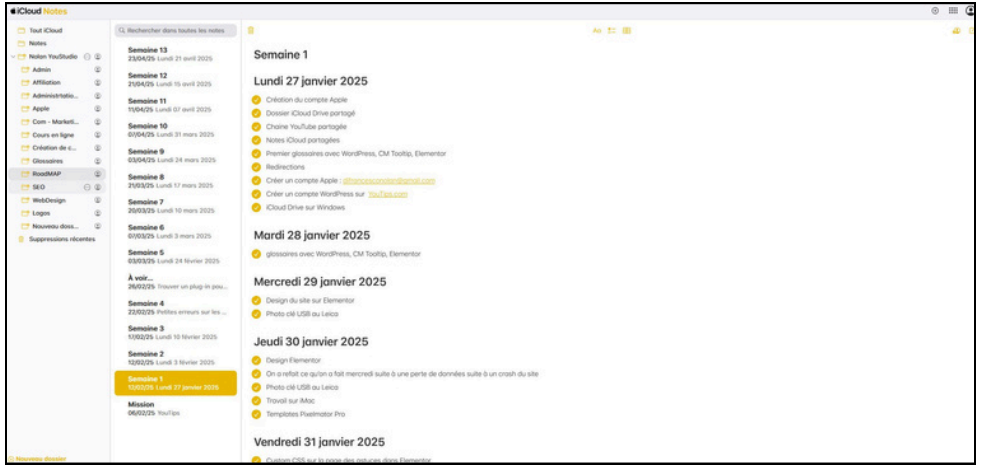
Annexe 1 : Diagramme de Gantt



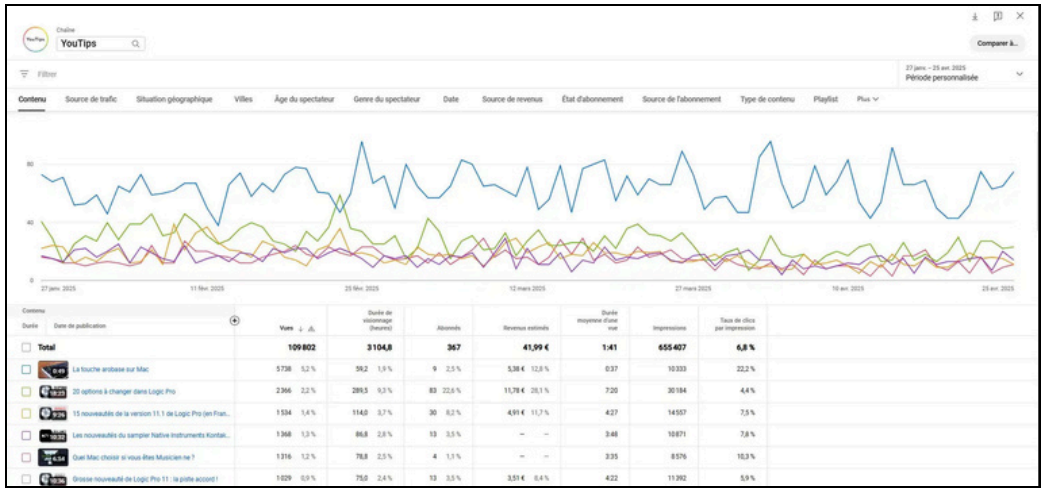
Annexe 2 – Répartition moyenne du poids d'une page web (en Ko)

Source : Kinsta, Comment optimiser les images pour le Web et la performance

Les vidéos (60 %) et les images (21 %) représentent ensemble l'essentiel des données transférées sur une page web.

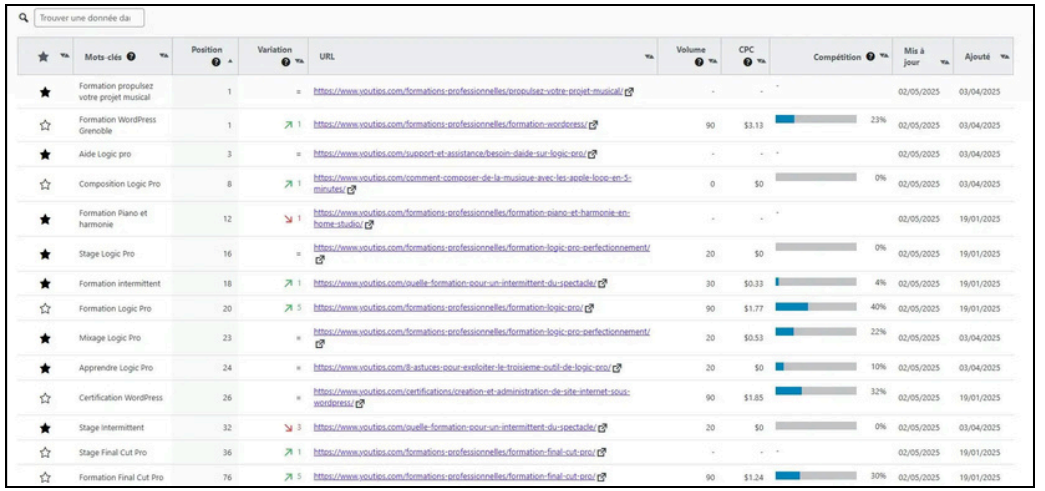


Annexe 3 — Capture de notre note partagée iCloud
Celle-ci regroupe de nombreuses catégories et sous-catégories que nous mettions à jour quotidiennement pour suivre les tâches de chacun (roadmap), partager nos commentaires, nos idées, et organiser notre travail.



Annexe 4 — Statistiques YouTube sur ma période de stage

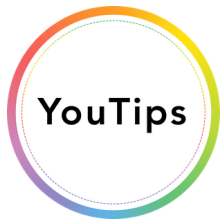
Durant mon stage, j'ai de temps en temps consulté les statistiques YouTube afin de suivre l'évolution des performances de la chaîne. Cette capture permet d'illustrer l'impact des contenus publiés sur cette période : en trois mois, les vidéos ont généré plus de 100 000 vues, plus de 3 100 heures de visionnage, et 367 nouveaux abonnés. Ces données témoignent donc de l'activité soutenue et de l'engagement croissant du public.



Annexe 5 — Positionnement des mots-clés sur Google

Grâce à l'outil SEO Press, j'ai pu suivre le positionnement du site sur différents mots-clés stratégiques tels que *aide Logic Pro*, *formation WordPress Grenoble* ou encore *composition Logic Pro*. Ces données nous permettent d'identifier les requêtes les plus porteuses et donc de mieux orienter notre stratégie éditoriale ou simplement pour voir où nous sommes par rapport à la concurrence.

Les résultats affichent le volume de recherche pour chaque mot-clé, le CPC (coût par clic, utilisé en référencement payant pour estimer la valeur d'un mot-clé), ainsi que la position moyenne du site dans les résultats Google. À noter que le site accueille environ 6 000 visiteurs uniques chaque jour, un chiffre confirmé par les statistiques de Google Analytics. Aucune capture d'écran ne peut être fournie, mais ces chiffres ont été régulièrement consultés et analysés au cours du stage.



RAPPORT
DE STAGE

27 janvier - 25 avril 2025

DI FRANCESCO Nolan