

## SOMMAIRE

SOMMAIRE .....	i
DEDICACE.....	ii
REMERCIEMENTS .....	iii
AVANT-PROPOS.....	iv
SIGLES ET ACRONYMES .....	v
LISTE DES TABLEAUX.....	vi
INTRODUCTION.....	1
<u>PREMIERE PARTIE</u> : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE .....	2
CHAPITRE I : CADRE INSTITUTIONNEL DE LA STRUCTURE.....	3
SECTION 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE.....	3
SECTION 2 : FONCTIONNEMENT ET ORGANISATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE .....	6
CHAPITRE II : LA COMMUNICATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE ....	9
SECTION 1 : LES MOYENS DE COMMUNICATION INTERNE.....	9
SECTION 2 : LES MOYENS DE COMMUNICATION EXTERNE.....	11
CHAPITRE III : LES RESSOURCES DE LA DIRECTION COMMUNICATION ET MARKETING.....	12
<u>DEUXIÈME PARTIE</u> : DÉROULEMENT DU STAGE .....	14
CHAPITRE IV : LE TRAVAIL EFFECTUE DANS LE DOMAINE COMMUNICATIONNEL.....	15
SECTION 1: ACCUEIL .....	15
SECTION 2 : TACHES EFFECTUÉES .....	16
<u>TROISIÈME PARTIE</u> : BILAN DU STAGE .....	21
CHAPITRE V : APPORTS DU STAGE ET REMARQUES .....	22
SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE .....	22
SECTION 2 : REMARQUES.....	24
CHAPITRE VI : SUGGESTIONS .....	27
CONCLUSION .....	28
BIBLIOGRAPHIE .....	xxviii
ANNEXES .....	xxviii
TABLE DES MATIERES .....	xxviii

DEDICACE

*A*  
*Mes parents*

## REMERCIEMENTS

Avant tout développement sur cette expérience professionnelle, il apparaît opportun de commencer ce rapport de stage par des remerciements, à ceux qui nous ont beaucoup appris au cours de ce stage, et même à ceux qui ont eu la gentillesse de faire de ce stage un moment très profitable.

Aussi, nos remerciements vont à l'endroit :

- Du Pr Alice NGA MINKALA Directrice de l'Ecole Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication, qui a permis que nous puissions nous former dans au sein de l'institution dont elle a la responsabilité.
- À Monsieur Stève NGANSOP Directeur Général de Magellan Sarl qui nous a permis d'effectuer ce stage académique dans sa structure.
- À Monsieur Josman BELLE, Directeur de la Communication et du Marketing de Magellan Sarl, mon maitre de stage qui ma forme et accompagne tout au long de cette expérience professionnelle avec beaucoup de patience et de pédagogie.
- À l'ensemble du personnel de Magellan Sarl pour la disponibilité et son accueil.
- À nos enseignants qui nous ont permis d'intégrer les connaissances nécessaires dans le domaine de la communication durant les trois années passer.
- À mes parents qui ont toujours été là pour moi, moralement et financièrement parlant.
- À tous mes amis qui m'ont toujours encouragé. Merci pour leur soutien constant

À toute autre personne qui de près ou de loin a participé à la réalisation de ce travail.

## AVANT-PROPOS

Le programme de formation en vigueur, à l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC) stipule que les étudiants de niveau III, doivent présenter un rapport d'une trentaine de pages au moins et une quarantaine de pages au plus, sanctionnant un stage dit de participation d'une durée de trois mois préalablement effectué dans une structure répondant aux objectifs de la filière de formation.

C'est dans cette optique que nous avons effectué un stage académique dans une structure de la ville de Yaoundé, où nous avons séjourné pendant trois mois, en vue de nous perfectionner dans notre apprentissage et de mettre en œuvre les techniques et pratiques apprises lors des enseignements.

Le présent rapport, est le résultat de notre séjour dans l'agence nommée, Magellan Sarl. Il porte sur la présentation de la structure, en passant par le déroulement du stage jusqu'au bilan de notre séjour dans la structure.

## SIGLES ET ACRONYMES

**ESSTIC** : Ecole Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication

**SARL** : Société à Responsabilités Limités

**LISTE DES TABLEAUX**

**Tableau 1** : Fiche signalétique ..... 3

## INTRODUCTION

La communication se définit selon Claude ROY comme « un processus verbal ou non par lequel on partage une information avec quelqu'un ou avec un groupe de manière que celui-ci comprenne ce qu'on lui dit. Parler, écouter, comprendre, réagir... constituent les différents moments de ce processus. La communication permet aux partenaires de se connaître, d'établir une relation entre eux. Cela peut entraîner des modifications d'attitude et de comportement. ». En fin de formation du cycle licence à l'Ecole Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC), dans le cadre de leur formation, les étudiants assistent à des cours théoriques et pratiques, qui vont leur permettre de mieux se préparer à s'ouvrir au monde professionnel. A cet effet, les stages académiques sont mis sur pied pour permettre à l'étudiant de s'imprégner de l'atmosphère du travail en entreprise et de s'ouvrir aux activités professionnelles.

Le stage est dit de participation car il permet à l'étudiant de s'imprégner des valeurs, de la culture, de la vision et des activités propres aux entreprises. A cet effet, l'étudiant en stage dans une structure, a pour mission de s'immerger dans le domaine de sa formation afin de répondre aux objectifs généraux fixés par l'institution de formation, et aux objectifs personnels nécessaires à son insertion socioprofessionnelle à venir. C'est dans cette optique que nous avons effectué au sein du service communication et Marketing de l'agence Magellan Sarl un stage académique dit de participation allant de juillet à septembre 2022. Le présent rapport retracera avec fidélité le déroulement dudit stage académique. Il est divisé en deux principales parties. Le premier fait place à la présentation de la structure et de la mise en œuvre de la communication ; la seconde est consacrée au déroulement du stage faisant ainsi ressortir les activités pratiquées lors du stage, les apports du stagiaire, ainsi que les remarques et les suggestions.

**PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DE  
L'ENTREPRISE**

## CHAPITRE I : CADRE INSTITUTIONNEL DE LA STRUCTURE

### SECTION 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

#### I- Fiche signalétique

**Tableau 1** : Fiche signalétique

Nom	Magellan Sarl
Statut juridique	SARL
Année de création	2016
Logo	
Secteur d'activité	Voyage à l'étranger et vente de billets d'avion
Siege social	Yaoundé, carrefour EMIA
Démembrement	Douala, MAKEPE au Camp SIC
Nombre d'employés	10
Téléphone	6 58 11 37 45 / 6 53 74 83 75
Réseaux sociaux	Facebook Magellan Travel -Instagram magellantraverl237 -LinkedIn Magellan Travel

## **I- Historique et évolution**

Magellan SARL est une agence de promotion des études, d'affaire et de tourisme née en 2016 par la volonté d'un groupe de jeunes camerounais de faciliter les procédures d'accès aux écoles étrangères aussi bien en Afrique qu'en Europe. Née cette année-là sous l'appellation **Intelligentsia Travel Agency**, l'entreprise a connu au fur et à mesure une évolution. En 2017 dans un souci de développement et de différenciation, l'entreprise change de dénomination pour devenir **Magellan sarl**. L'entreprise a son siège social à Yaoundé au carrefour EMIA et est dirigée par M. Stève NGANSOP.

### **1. Missions**

Magellan Sarl a pour missions

- **Démocratiser les voyages d'études à l'étranger :**

En offrant un espace d'expression aux universités étrangères afin que celles-ci présentent leurs filières et offre de formation. Mais aussi promeut les sites touristiques et d'affaires dans divers pays du monde tel que la Turquie, les Emirats Arabes Unis (Dubai)

- **Accompagner :**

En aidant et suivant les clients dans les démarches administratives, et l'obtention de tout autre élément important dans le processus de voyage de l'admission dans les universités à l'obtention du visa auprès des représentations diplomatiques.

### **2. Valeurs**

- **Travail d'équipe :**

L'entreprise met en synergie les compétences de chacun des employés afin d'en tirer le meilleur et de produire une qualité de service satisfaisante pour les clients.

**Professionalisme** : Magellan Sarl pour assurer la bonne tenue de ses activités et la satisfaction de sa clientèle attache du prix quant au sérieux, à la rigueur avec laquelle elle traite les dossiers et les demandes de ses clients.

- **Éthique :**

Nous menons nos activités dans le respect des codes moraux mais aussi des règles et lois en vigueur.

- **Fiabilité :**

Avec ses années d'expérience et son réseau de partenaires, l'entreprise offre des garanties telles : la traçabilité des opérations menées pas à pas, la qualité des partenaires, la sécurisation des fonds.

### **3. Les services**

L'agence Magellan SARL offre à ses clients une panoplie de services pouvant susciter l'intérêt de plusieurs catégories de personnes. Ainsi on retrouve :

- **Placement d'étudiants à l'étranger:**

Magellan SARL offre aux bacheliers et étudiants la possibilité d'effectuer ou de continuer leurs études supérieures à l'étranger dans des pays d'Europe mais aussi d'Afrique. Avec comme destinations : le Sénégal, La république Démocratique du Congo, la Belgique, la Turquie, le Benin, le Burkina Faso etc. C'est l'activité principale de l'entreprise.

- **Les voyages touristiques et d'affaire :**

Grâce à Magellan Sarl, touristes locaux et étrangers peuvent découvrir diverses destinations. Les hommes d'affaires, chefs d'entreprises et commerçants peuvent profiter des offres de voyage dans les pays comme la Turquie, les Émirats Arabes Unis (Dubai), les Emirats Arabes Unis.

- **L'assistance Visa :**

L'entreprise accompagne les personnes désireuse d'obtenir un visa vers l'étranger les visa pour diverses destinations du monde en les accompagnants et en leur facilitant les procédures administratives liées à l'obtention dudit document.

- **La vente de billets d'avion**

L'entreprise permet l'acquisition de billets d'avion pour toutes destinations grâce à son partenariat avec Satguru.

## **SECTION 2 : FONCTIONNEMENT ET ORGANISATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE**

### **I- Structure organisationnelle**

MAGELLAN SARL est organisé comme suit :

- **La Direction Générale :**

Placée sous l'autorité d'un Directeur Général, elle assure la coordination des activités de l'entreprise, prend les décisions importantes et veille au suivi et à l'atteinte des objectifs fixés.

- **L'Assistance de direction**

Directement rattachée à la Direction Générale, elle s'assure de l'effectivité, du respect des choix prévus par la direction, rend compte à la direction sur des tâches effectuées en collaborant avec divers acteurs dans l'entreprise, est le lien entre les différents services et la direction, s'assure du respect du travail en entreprise, peut assurer l'intérim lors d'une absence du Directeur, gère le personnel et gère le stock en matière de produits bureautiques et d'entretien des locaux.

- **Une direction des systèmes d'informatiques**

Ce pôle a pour rôle de mettre en œuvre les systèmes informatiques qui permettent de gérer facilement la « clientèle » de l'entreprise, assure la gestion des bases de données,

- **Une Direction de la communication et du Marketing**

Elle a pour mission la conception et l'application de la stratégie de communication de l'entreprise, la prospection, le suivi de la relation client. La direction de la communication a en son sein un service de la création graphique, un service pour le social network management et un service clientèle.

- **Le service de la création graphique :**

Tenu par un graphiste, ce service a pour de créer des visuels qui aient à la communication sur la structure, de mettre en forme des documents professionnels utiles à l'entreprise, de mettre en forme les messages communicationnels de l'entreprise

- **Le service du social Network Management**

Tenu par un Community Manager, il œuvre à l'animation des comptes réseaux sociaux par la publication de contenus, la conversation avec les internautes.

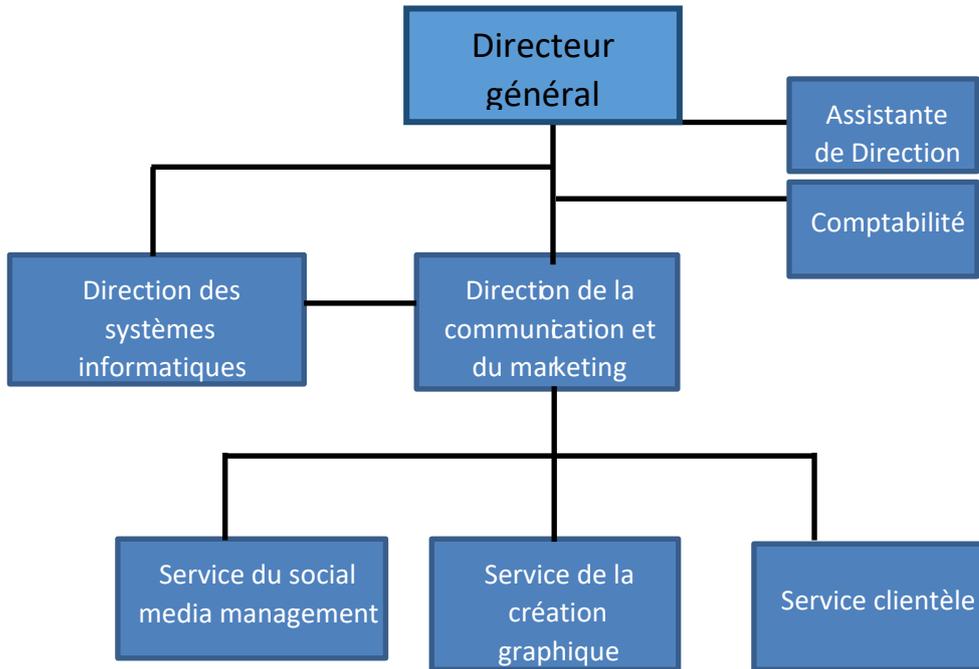
- **Service client (rattache à la communication marketing)**

Service au rôle primordial, il permet la prospection, le suivi clientèle, la mise en place de la base de donnée client qui permet de faire un suivi de la relation avec le client par le biais du phoning, le smsing, transformer le prospect en client, le fidéliser.

- **La comptabilité / Direction des affaires financières**

Une bonne gestion de l'entreprise passe par une gestion efficiente de ses différentes ressources matérielles et financières. Elle assure le contrôle des entrées et sorties financières, du calcul des salaires, la vérification de la rentabilité des différentes actions effectuées

## II- Organigramme



## CHAPITRE II : LA COMMUNICATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE

### SECTION 1 : LES MOYENS DE COMMUNICATION INTERNE

- **Moyen interpersonnels**

Il s'agit des différents moyens de communication qui permettent au personnel de l'entreprise de communiquer entre eux en vue de faciliter le vivre ensemble et de mieux être informer concernant les différentes activités en cours au sein de l'entreprise. Parmi ces moyens, nous pouvons citer entre autres :

**La communication de bouche à oreilles** : elle permet d'informer certains personnels au sujet d'une réunion qui sera prévu.

**Les réunions** : qui permettent de faire un point sur certaines activités tenues ou de mettre certains employés au parfum des évènements qui se préparent, et d'y mettre sur pied un comité qui pourra se charger de l'évènement. Bien plus, elles permettent aussi l'échange dans une bonne ambiance entre les chefs de division, des chefs de cellule, leurs personnel et certaines fois avec le DG. Les réunions peuvent aussi se tenir entre les différents responsables et leurs collaborateurs. Les réunions informelles sont celles-là qui sont tenues sans chronogramme établi ou alors sans une certaine prévision préalables. Elles prennent donc souvent l'allure d'un brainstorming car permet de recueillir les avis des personnes sur un sujet précis et de s'assurer que ce qui devait être fait a été fait au cours de la semaine et faire un état des choses à faire au cours de la semaine à venir.

**Le téléphone** (WhatsApp, messagerie instantanée): permet de passer une information plus rapidement dans les services de l'entreprise.

**Les brainstormings** : qui sont organisés pour mettre aux participants de donner des idées concernant un sujet donné et par la suite de mettre le reste l'entreprise au parfum des différentes solutions sélectionnées.

**Le team building** : Cette activité consiste à resserrer les liens entre les employés, sortir de l'atmosphère monotone du travail en y apportant un peu de rire et d'amusement. Régulièrement organisées, les activités de Team Building peuvent prendre la forme d'un quizz, d'un karaoké, d'une activité sportive ou encore une dégustation de boissons ou de gourmandises. Cela permet de maintenir un environnement de travail sain, productif et aide à la diminution des tensions en entreprise.

**Les séances de formation** : ce sont des séances dédiées exceptionnellement pour nous former nous stagiaire à comment se comporter sur le terrain, que dire, comment convaincre etc...

- **Quelques outils écrits**

**Top down (c'est-à-dire de la hiérarchie vers tout le personnel)** : les notes de services, les communiqués, des lettres adressés aux personnels etc.

**Bottom up (c'est-à-dire du personnel à la hiérarchie)** : des rapports, des comptes-rendus, des notes d'information, des lettres personnelles, des revues d'actualités.

**Au niveau latéral (c'est-à-dire personnel-personnel)** : les rumeurs, les bouches à oreilles, les téléphones, les forums.

- **Autres moyens de communication**

**Les forums** : ce sont des groupes créés sur des plates-formes pour faciliter la communication entre tous les membres d'une même cellule ou division ou tous les membres de toute l'entreprise.

## SECTION 2 : LES MOYENS DE COMMUNICATION EXTERNE

Pour communiquer avec son public en externe, l'entreprise utilise les moyens suivants :

- **Internet** : **MAGELLAN SARL** dispose des pages réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn) qui mettent en lumière de temps en temps les moments phares de la structure (les coopérations, les différentes rentrées, concours, les dates de lancement de formations, les évènements, etc.)
- **Le phoning** : C'est un moyen de communication qui consiste à entretenir ses interlocuteurs au moyen d'un téléphone. Régulièrement utilisé dans notre structure de stage, pour contacter des clients ou prospects suite à un service qu'ils auraient sollicité. Permet aussi de faire un suivi de la clientèle.
- **Le SMSING** : C'est aussi une technique de marketing direct mais son concept repose dans l'envoi de messages courts. Il était utilisé aux mêmes fins que le phoning.
- **Le marketing direct** : cette technique touche directement la cible. Elle est utilisée en communication dans le but d'obtenir une réaction immédiate et mesurable, l'entreprise organise régulièrement des descentes sur le terrain dans des centres de préparation, des établissements scolaires ,des centres de formation dans le but de communiquer sur les opportunités d'étude à l'étranger, les destinations offertes et quelques conditions pour l'admission dans une université à l'étranger.

## **CHAPITRE III : LES RESSOURCES DE LA DIRECTION COMMUNICATION ET MARKETING**

L'entreprise Magellan SARL pour son bon fonctionnement, procure à chaque entité un ensemble de ressources qu'elles soient matérielles, financières ou alors humaines.

### **I- Les ressources Humaines**

La direction du Marketing et de la communication a en son sein 4 personnels à savoir :

#### **- Un directeur de la communication et du marketing :**

Son rôle est de concevoir et de mettre en œuvre la stratégie de communication de l'entreprise, il assure les relations publics, les relations presse, il coordonne le travail de l'équipe sous sa responsabilité.

#### **- Un community manager**

Il est chargé de l'animation des pages réseaux sociaux de l'entreprise. Il entretient la discussion avec les abonnés sur ces pages. Il participe à la transformation des prospects en clients.

#### **- Un graphic Designer**

Il est chargé de la création de tout ce qui est support de communication de l'entreprise sous les directives du directeur de la communication

#### **- Une chargée de la clientèle**

Elle a pour rôle de s'entretenir avec la clientèle, répondre à leur questions quand ceux-ci ont besoin d'un service proposé par l'entreprise, elle organise les rendez-vous avec les clients, s'occupe des relances pour ceux des clients qui ont demandé un service et n'ont plus fait signe.

## II- Les ressources matérielles

Les ressources matérielles de l'entreprise sont les suivantes :

### - Un bureau :

D'une superficie de près de 20m<sup>2</sup>, il accueille le responsable de la communication, ses collaborateurs ainsi que la comptable de l'entreprise.

- Trois tables de bureaux
- Douze chaises
- Trois ordinateurs
- 03 rallonges

En termes de supports de communication print, on retrouve :

- Plusieurs dépliants et flyers

## DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE

## **CHAPITRE IV : LE TRAVAIL EFFECTUE DANS LE DOMAINE COMMUNICATIONNEL**

### **SECTION 1: ACCUEIL**

Lundi 11 juillet 2022 à 08 heures précises, marque le début de notre stage de participation au sein de l'entreprise de placement d'étudiants à l'étranger Magellan Sarl. Arrivée au bâtiment principal de l'agence nous avons tout d'abord été accueillie par l'un des vigiles qui nous a orienté, vers les bureaux de MAGELLAN ; où nous avons été reçus par l'assistante de Direction de l'entreprise (Madame Aldrine Fouthe ) qui nous a souhaité la bienvenue et nous a vite fait une remarque concernant la ponctualité puis nous avons remplis la fiche de pointage qui retrace les heures d'arrivée et de départ de chaque stagiaire. Ensuite, nous sommes allés dans le bureau du chef de la cellule de communication (Monsieur Josman BELLE) et de ses collègues, où nous avons été présentés à toute l'équipe de l'agence et aux autres stagiaires arrivés la avant nous.. Il nous a présenté en gros la structure, ses missions, ses objectifs et ses activités. Le second entretien avec la Directeur de l'entreprise portait sur les même sur les mêmes bases que le précédent, il nous a présenté l'entreprise de façon toute aussi brève, à la suite de celui-ci il nous a souhaité une fois de la bienvenue dans sa structure. Cette même journée, il nous a été demandé de rédiger un projet de stage document qui expliquerait clairement quels sont nos attentes vis-à-vis de ce stage et que pourrions- nous apporter à l'entreprise de par nos connaissances et compétences. Après trois jours de rédaction dudit projet de stage, nous l'avons présenté devant l'ensemble des employés et autres stagiaires présents. Le lendemain, notre stage a effectivement commencé à 8H00, avec quelques tâches que nous avons effectuées et la journée s'est achevée à 17h30 ; et ça été ainsi jusqu'à la fin de notre stage à l'agence Magellan SARL.

## SECTION 2 : TACHES EFFECTUÉES

Dans cette section, il est question pour nous de mettre en exergue les différentes tâches de travail qui nous été assignés, afin de montrer ce que nous avons appris pendant nos périodes de cours et de montrer notre savoir-faire.

### I- Accueil et orientation des usagers

C'est un ensemble d'activités destinées à orienter un usager ou un client dans un espace concret (bâtiment) et symbolique. Durant certaines journées, L'entreprise accueille régulièrement des clients pour des besoins de renseignements, de dépôt de dossiers ou de suivi de dossiers ou encore pour un autre service quelconque, il était important de bien les diriger vers les locaux de l'entreprise. Cette activité nécessite de mettre en actions certaines règles tels que :

- Adoptez une attitude ouverte, pas de visage fermé, bras croisés, regard absent.
- Stoppez les tâches que vous avez engagées, aussi prioritaires soient-elles
- Utilisez le bonjour identifié « Bonjour Madame, bonjour Monsieur»
- Soyez prêt, attentif et disponible pour lui à tout moment.
- Souriez-lui sincèrement, pas un sourire commercial façon smiley, mais un sourire franc avec les yeux.

### II- Le suivi clientèle

Qui est une tâche qui consistait à assister un client lors de la demande d'un service en particulier, donner des informations complémentaires après des communications sur le terrain, fixer des rendez-vous, recueillir leurs avis. Il faut rappeler ici que ce travail est fait de la prise de contact avec le client jusqu'à l'achèvement du service demandé ou alors son désistement. Ceci était fait par le biais d'appels téléphoniques ou phoning ou encore par l'envoi de sms encore

appelé smsing. Lors de ces échanges nous avons l'obligation de convaincre le prospect de s'affilier à l'agence, du coup on prenait le soin de bien présenter le fonctionnement de l'agence et la procédure à suivre. (voir annexes)

### III- Rédaction d'une stratégie de communication

Dès les premières semaines de notre stage en entreprise, il nous a été demandé de rédiger chacun une stratégie de communication qui pourra servir de repère pour augmenter la notoriété de l'agence de voyage Magellan. Cette stratégie de communication qui permettra de déterminer les plans d'actions que l'entreprise va mettre en œuvre pour développer sa communication. Pour être optimum, elle doit s'inscrire dans une communication globale, c'est-à-dire que toutes les actions de communications définies doivent être compatibles et cohérentes entre elles. Ces différentes actions doivent avoir le même objectif : doter l'entreprise d'une image reconnaissable par ses différentes cibles, d'une identité, d'un positionnement. Nous avons passé en revue l'ensemble des supports de communication dont dispose l'entreprise, les différentes approches susceptibles d'aider l'agence, de là nous avons constaté que la structure met l'accent aussi bien sur une communication print et aussi sur la communication digitale. Dans ce volet du digital, nous avons constaté que l'entreprise possédait des pages réseaux sociaux qui est un choix stratégique, en effet les réseaux sociaux permettent aux jeunes de faire dans un espace virtuel ce qu'ils aiment dans la vie réelle (les rencontres etc.) Mais aussi parce que cet espace virtuel permet d'acquérir plus de trafic, trouver de nouveaux clients et partenaires, gérer la relation client en temps réel et enfin gérer l'e-réputation. Magellan Sarl est sur trois réseaux tel que : Facebook sous le nom de **MAGELLAN TRAVEL** avec **1097 abonnés**, Instagram sous le nom de **MAGELLAN TRAVEL** **237**avec **1005 abonnés** et LinkedIn sous le nom de **MAGELLAN TRAVEL** mais malheureusement pas de site web. Le site web est un élément important pour les entreprises. Il permet de fournir un ensemble d'informations sur l'entreprise, il

est une interface qui relie l'entreprise avec divers publics. Il permet aussi de recueillir des avis ou d'effectuer des opérations. C'est donc pour cette raison que nous avons décidé de proposer un site web de l'entreprise en confectionnant une fiche technique et un cahier de charge de celui-ci.

#### **IV- La communication opérationnelle et la rédaction de rapports d'activités, La constitution d'un fichier**

La communication opérationnelle représente le déploiement des actions de communication « sur le terrain » d'une stratégie de communication. Il s'agissait pour nous d'aller dans des centres de préparation, dans les établissements scolaires, mais aussi dans les universités d'Etat afin de communiquer sur les offres de l'entreprise, obtenir des candidatures et ou même recueillir les noms des potentiels clients de l'année prochaine ou sur prochaine peu importe.

Avant d'atteindre à cette étape, une entreprise doit avant tout :

- Créer son identité et son image de marque
- Validé une identité visuelle forte et univoque sur son marché
- Définir une stratégie marketing globale et un plan de communication globale (vision à long terme)
- Fixer des objectifs à atteindre en marketing opérationnel (vision à court et moyen terme).

Ensuite après chacune des activités, les différents stagiaires se doivent de dresser un rapport de ce qu'on a fait au courant de cette activité. L'importance de ceci était de savoir comment avons-nous mené l'activité, quelles ont été les difficultés, quels sont les résultats obtenus. Grâce à cela donc, nous pouvions être recadrés dans la façon de faire, avoir des recommandations pour être plus performant à la prochaine activité. Ces rapports qui concernaient principalement La base de données client est un document contenant des informations sur les prospects, ou sur les clients d'une entreprise. Les descentes sur le terrain

effectuées, nous récoltions un ensemble de données sur les prospects (noms et prénoms, numéro de téléphone de l'étudiant ou de l'élève, numéro de téléphone du parent ou tuteur, établissement fréquenté.) à qui nous avons fait notre communication. Dans un souci de faire un bon suivi des personnes touchées par nos communication ou alors des personnes demandant un service, il nous a été demandé de concevoir un fichier client informatisé qui devrait être actualisé de façon très régulière. Nous avons pu concevoir cette base de données en utilisant le tableur Excel. (Voir annexes)

#### **V- Proposition, Organisation et participation aux activités de team building**

Les activités du team building ont pour but de créer un climat de travail assez épanoui et de favoriser la création de liens entre les employés, l'entreprise par le biais de la direction de la communication et du marketing organise régulièrement des activités qui participent donc à la création et au resserrement de ces liens-là. Ces activités sont le plus souvent organisées en fin de semaine pour celles qui prennent du temps telles que les séances quizz, Karaoké ou encore tout au long de la semaine avec des petites dégustations de boissons, des gourmandises. Nous y participions souvent soit en tant que simple acteur ou alors organisations l'activité nous-même par exemple tous les vendredis nous avons institues une activité qui consiste à faire cuisiner chaque stagiaire à son tour chacun avec un repas de sa tribu, concernant le budget l'entreprise se chargeait de donner 5000f a chacun somme qu'il devrait lui-même compléter pour cuisiner pour tout le bureau et ses camarade stagiaire y compris. (Voir annexe)

#### **VI- Etablissement d'un livret**

Pour favoriser l'intégration des nouveaux employés ou stagiaire au sein de l'entreprise, nous avons trouvé nécessaire de concevoir un livret d'accueil. Le livret comportera notamment, la présentation de l'entreprise, les locaux et ses

activités, du cadre de travail, les consignes minimales de sécurité et d'environnement, du règlement intérieur, etc...

### **VII- Proposition de badges d'identification des stagiaires**

Le badge d'entreprise est l'identification des personnes, pour se faire identifier lors des descentes sur le terrain .ces badges comportent (les noms, poste au sein de la structure, contact de la structure et les photos).

### **VIII- Participation aux différentes réunions de l'entreprise**

Nous avons participé à différentes réunions de l'entreprise à savoir :

- Réunion hebdomadaire et d'évaluation avec le directeur général, elle se faisait chaque lundi entre 8h et 10h elles étaient d'une très grande importance car elles marquaient le début de la semaine, faire le bilan de la semaine avant, et orienter la nouvelle semaine.
- Brainstorming est une technique qui consiste à réunir un groupe de collaborateurs afin qu'ils produisent collectivement un maximum d'idées nouvelles sur un thème donné. Nous l'organisons une fois par semaine avec le chargé de communication pour échanger sur de nouvelles idées.
- Réunion de service : Toujours avec le chargé de communication et ses collègues on essayait de mettre sur pied de nouveaux projets et de faire chaque fois un récapitulatif de nos descentes sur le terrain mais aussi on essayait de parler de nos difficultés au quotidien. (voir annexes)

### **IX- La revue de presse**

Elle se définit comme une synthèse d'articles de presse écrite ayant un point commun, rédigée pour que quelqu'un puisse prendre connaissance de leur contenu rapidement. Une tâche quotidienne qui nous avait été confiée tout au long du stage à la seule différence qu'on recueillait nos informations sur les chaînes de télé comme canal 2, équinoxe, vision 4 et autres. On choisissait un axe de l'information, puis on faisait une analyse comparative sans oublier qu'à la fin on en faisait une sorte de synthèse de l'information en utilisant le Quintilien (qui, à qui, pourquoi, comment). (Voir annexes)

## TROISIÈME PARTIE : BILAN DU STAGE

## **CHAPITRE V : APPORTS DU STAGE ET REMARQUES**

### **SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE**

Notre séjour passé à Magellan Sarl a été très enrichissant aussi bien sur le plan académique, professionnel, que sur le plan personnel. En effet, pour mieux présenter les bienfaits de notre séjour sur ces plans, nous avons décidé de les présenter sous forme d'apports. Ainsi, nous pouvons citer :

#### **I- Sur le plan professionnel, nous avons pu gagner**

##### **- L'intégration de la valeur d'éthique :**

Pour exercer dans un milieu, il est non seulement important d'avoir des compétences et attitudes, mais aussi et surtout des attitudes et des comportements responsables. Le sens du respect des personnes mais aussi des règles établies par des institutions pour que la vie en société soit bonne

##### **- Le respect de la hiérarchie**

En entreprise, il est important de respecter ses collaborateurs, mais aussi et surtout les supérieurs. Savoir rester à sa place, connaître les tâches qui nous sont dévolues et ne pas dépasser certaines limites même si à un moment il pourrait y avoir un rapprochement « amical » entre supérieurs et subordonnés.

##### **- Le travail d'équipe**

Le lieu de travail est un espace où se rencontre des personnes venant de divers horizons, des personnes ayant chacune un caractère bien différent. Ces divergences-là créent donc souvent les tensions en entreprise. Il faut donc pouvoir travailler avec autrui tout en sachant comment se comporter avec lui, savoir accepter l'idée de l'autre, ne pas tenir une attitude hautaine et condescendante avec ses collègues.

- **La culture du secret professionnel**

Un bon professionnel dans n'importe quel secteur que ce soit et particulièrement dans les métiers de l'information et de la communication ne doit en aucun cas diffuser des informations confidentielles concernant son client ou encore l'entreprise.

- **Comment tenir un discours devant un public**

Puisque nous étions très souvent appelés à faire des descentes sur le terrain, à présenter nos travaux devant le personnel en entreprise, nous avons pu intégrer cette aptitude importante pour un professionnel de la communication. Nous pouvons à présent autant que faire se peut s'exprimer devant un auditoire pour présenter un sujet précis.

**II- Sur le plan académique**

- **La mise en pratique de la théorie apprise pendant notre apprentissage**

Ceci par le fait qu'il nous était souvent demandé d'effectuer un bon nombre de tâches plutôt pratiques telles que tenir un discours devant un auditoire, concevoir des supports, etc.

**III- Sur le plan personnel**

Nous avons gagné :

- **La gestion du temps, le sens de la ponctualité**

La notion de temps est très importante dans les métiers de la communication il est important de pouvoir livrer des travaux dans les temps impartis. Lors de notre stage, il nous était demandé d'être présents au service avant 8h.

Concernant le temps de pause, nous disposions d'une heure et pas plus. Tout débordement de ces horaires pouvait nous valoir une sanction ou alors un

rapide rappel à l'ordre. Ceci nous a donc permis de savoir comment gérer notre temps et respecter les horaires établies par l'entreprise.

- **La vie en société**

Ce stage a été l'occasion pour nous de nous confronter à des personnes venant d'horizons divers. Des personnes avec qui nous partageons les locaux. Il fallait pouvoir échanger avec eux, travaillé ensemble. Nous avons pu nous ouvrir aux autres, sortir de notre zone de confort.

## SECTION 2 : REMARQUES

### I- Positives

- **Une entreprise constituée à majorité de jeune dynamique**

La jeunesse des cadres de l'entreprise rendait le contact avec eux si facile, créant un climat de collaboration et une certaine entente avec ceux.

- **Une ambiance de travail bonne enfant**

L'ambiance de travail était plutôt bonne, malgré les tensions qui pouvaient surgir. Elle était plutôt propice au travail.

- **L'ouverture d'esprit des responsables**

Les responsables de la structure notamment le responsables et les collaborateurs de la direction de la communication avec qui il était facile de discuter de sujets autant professionnels que personnels.

- **La disponibilité de la connexion internet**

L'entreprise mettait gracieusement à la disposition de ses employés une connexion internet par WIFI. Elle nous permettait entre autre d'effectuer certaines activités comme le suivi clientèle que nous faisons par le biais de la messagerie instantanée.

### III- Négatives

#### - L'absence de supports de communication institutionnelle

Les supports que l'on trouve en entreprise ont une portée beaucoup plus commerciale qu'institutionnelle L'absence de supports de communication institutionnelle

Les supports que l'on trouve en entreprise ont une portée beaucoup plus commerciale qu'institutionnelle

- L'attribution des tâches n'ayant pas de rapport avec notre stage
- La mauvaise qualité de la connexion ce qui empêchait de faire certaines recherches ou même de donner un travail à temps.
- L'absence d'un matériel alloué au sein de l'entreprise.

Nous effectuons le travail de l'entreprise avec nos propres machines et c'était très pénible de se déplacer avec ça chaque matin de la maison.

#### - L'obsolescence de certains supports

Bon nombre de supports que nous avons pu observer en entreprise portent des mentions anciennes, des informations souvent dépassées. Ces supports sont souvent distribués lors des opérations de communication et ces informations pourraient induire en erreur les personnes à qui ils sont distribués. Il y a du sérieux de l'entreprise.

#### - L'espace de travail assez réduit

Les locaux de l'entreprise sont divisés en 3 espaces distincts à savoir l'accueil et le secrétariat de direction, 2 bureaux pour le directeur général, le directeur des systèmes informatiques, et d'autres hauts dirigeants de l'entreprise et le 3e bureau quant à lui est dédié à la direction de la communication où on retrouve ses collaborateurs mais aussi la comptable. C'est donc dans cet espace

assez restreint que nous évoluons. Il était souvent difficile de trouver une place assise quand le grand nombre de stagiaires recruté par l'entreprise était présent.

- **S'agissant de l'identification du personnel on remarque qu'aucun membre du personnel ne possède de badges d'identification**

Il est donc impossible de distinguer le personnel du client ou visiteur

- **La structure ne présente aucun document de présentation**

- **L'entreprise ne possède pas de site internet et intranet.**

- **La structure a une visibilité assez faible et une audience assez faible également s'agissant des simples citoyens.**

## CHAPITRE VI : SUGGESTIONS

### ➤ **Un meilleur aménagement de l'espace de travail**

Ceci en investissant dans un mobilier moins massif et qui puisse favoriser la mise en place d'un plus grand nombre de postes de travail. Privilégier les rangements en hauteur pour libérer de l'espace au sol.

### ➤ **Avoir plus d'équipements informatiques**

Afin d'être plus productive dans ses activités l'entreprise devrait investir dans l'achat d'outils informatiques faire la maintenance de ceux existants. Privilégier des appareils multifonction comme une imprimante photocopieuse par exemple.

Ceci évitera aussi que les documents confidentiels de l'entreprise ne se retrouvent à l'extérieur de celle-ci par le fait que l'on les imprime ou photocopie dans des secrétariats.

### ➤ **Une meilleure animation des pages réseaux sociaux**

L'entreprise est présente sur le digital mais l'on n'y observe pas beaucoup d'interaction. Des contenus sont pourtant régulièrement publiés mais rares sont les réactions des internautes. Il faudrait donc que l'entreprise booste ce pan de sa communication en utilisant par exemple la méthode de sponsoring des pages.

### ➤ **Actualiser les supports**

Il serait bénéfique pour l'entreprise de revoir certaines informations contenues dans ses supports ou alors d'en fabriquer de nouveaux. Diminuer le nombre d'exemplaires produits pour éviter de gâcher un trop grand nombre de supports de l'entreprise.

### ➤ **Produire des badges d'identification pour le personnel**

La principale fonction du badge d'entreprise est l'identification des personnes, pour assurer : Le suivi des temps de présence de vos salariés. Par

simple présentation devant la badgeuse Kelio Visio, un badge sans contact permet d'identifier un salarié et d'enregistrer ses temps de présence et d'activités

➤ **Améliorer la communication en interne**

Ceci aidera beaucoup et facilitera la création d'une identité collective, un sentiment d'appartenance à un même groupe, une cohésion entre les différentes équipes, afin que toutes et tous travaillent ensemble à la réussite du projet commun d'entreprise

➤ **Donner plus de tâches professionnelles aux stagiaires afin qu'ils puissent donner le meilleur d'eux-mêmes en vue d'améliorer leurs compétences et connaissances ;**

## CONCLUSION

Parvenue au terme de la rédaction de notre rapport, il a été question pour nous de présenter le cadre institutionnel qui nous a accueillis pendant toute notre période de stage qui s'est étendue pendant une période de trois (3) mois. Ce rapport divisé en deux parties qui pour la première présente globalement l'entreprise et sa façon de communiquer, tandis que la seconde fait l'état du déroulement de notre stage, des activités menées, des remarques et suggestions. L'importance du stage académique n'est plus à démontrer car l'obtention de l'expertise dans un domaine passe par la pratique régulière de celui-ci. À la fin de notre stage, nombreuses sont les connaissances que nous avons pu mettre en application, nombreuses sont aussi toutes les valeurs apprises. Se frotter au monde professionnel au cours d'une formation permet donc de se préparer à l'exercice d'une future carrière. Il est donc primordial de connaître quelques rudiments de celui. De ce stage, nous retenons que la conscience professionnelle, la rigueur dans le travail, le dynamisme et la créativité sont des facteurs clés de succès.

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages généraux

- Chedjou Kamdem, « la boîte à outils du community manager africain : Dix outils pour démarrer ! » p.32
- Kwame NKRUMAH, le conscientise, présence Africaine, 1976, p.141

### Ouvrages spécifiques à la communication

- LIBAERT Thierry et WESTPHALEN Marie-Helene, Communicator, toute la communication d'entreprise, 6ème édition, Paris, Dunod, 2012, P.13
- lexique des termes de la communication, 2e édition, Yaoundé éditions IFRIKIYA, page 185
- Patrice MBIANDA, lexique des termes de la communication, m 2<sup>e</sup> éditions, Yaoundé, éditions Ifrikiya, 2012, P. 140

## ANNEXES

**Annexe 1** : Le suivi clientèle

**Annexe 2** : La communication opérationnelle et la rédaction de rapports d'activités, La constitution d'un fichier

**Annexe 3** : Proposition, Organisation et participation aux activités de team building

**Annexe 4** : Participation aux différentes réunions de l'entreprise

**Annexe 5** : Revue de presse

**Annexe 6** : Photos illustratives

## TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE .....	i
DEDICACE.....	ii
REMERCIEMENTS .....	iii
AVANT-PROPOS.....	iv
SIGLES ET ACRONYMES .....	v
LISTE DES TABLEAUX .....	vi
INTRODUCTION.....	1
<u>PREMIERE PARTIE</u> : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE .....	2
CHAPITRE I : CADRE INSTITUTIONNEL DE LA STRUCTURE .....	3
SECTION 1 : PRESENTATION DE L'ENTREPRISE.....	3
I- Fiche signalétique .....	3
I- Historique et évolution .....	4
1. Missions.....	4
2. Valeurs.....	4
3. Les services .....	5
SECTION 2 : FONCTIONNEMENT ET ORGANISATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE .....	6
I- Structure organisationnelle .....	6
II- Organigramme .....	8
CHAPITRE II : LA COMMUNICATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE ....	9
SECTION 1 : LES MOYENS DE COMMUNICATION INTERNE .....	9
SECTION 2 : LES MOYENS DE COMMUNICATION EXTERNE.....	11

CHAPITRE III : LES RESSOURCES DE LA DIRECTION COMMUNICATION ET MARKETING.....	12
I- Les ressources Humaines .....	12
II- Les ressources matérielles .....	13
<u>DEUXIÈME PARTIE : DÉROULEMENT DU STAGE</u> .....	14
CHAPITRE IV : LE TRAVAIL EFFECTUE DANS LE DOMAINE COMMUNICATIONNEL .....	15
SECTION 1: ACCUEIL .....	15
SECTION 2 : TACHES EFFECTUÉES .....	16
I- Accueil et orientation des usagers .....	16
II- Le suivi clientèle.....	16
III- Rédaction d'une stratégie de communication .....	17
IV- La communication opérationnelle et la rédaction de rapports d'activités, La constitution d'un fichier.....	18
V- Proposition, Organisation et participation aux activités de team building .....	19
VI- Etablissement d'un livret.....	19
VII- Proposition de badges d'identification des stagiaires .....	20
VIII- Participation aux différentes réunions de l'entreprise.....	20
IX- La revue de presse .....	20
<u>TROISIÈME PARTIE : BILAN DU STAGE</u> .....	21
CHAPITRE V : APPORTS DU STAGE ET REMARQUES .....	22
SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE .....	22
I- Sur le plan professionnel, nous avons pu gagner .....	22
II- Sur le plan académique.....	23

III- Sur le plan personnel .....	23
SECTION 2 : REMARQUES .....	24
I- Positives .....	24
III- Négatives .....	25
CHAPITRE VI : SUGGESTIONS .....	27
CONCLUSION .....	28
BIBLIOGRAPHIE .....	xxviii
ANNEXES .....	xxviii
TABLE DES MATIERES .....	xxviii