# PORTFOLIO

## AMY



BONJOUR, JE SUIS **AMY.**
CONSULTANTE EN COMMUNICATION.

COMMUNICATION
STRATÉGIE
CRÉATION

# BONJOUR, MOI C'EST AMY.

*Diplômée d'un Bachelor Communication & Événementiel et actuellement en dernière année de Master à l'ISCOM, j'ai développé une approche de la communication à la croisée de la stratégie, de la créativité et du digital.*

*Mon expérience en agence événementielle m'a permis d'intervenir sur différents aspects de la communication : stratégie éditoriale, réseaux sociaux, newsletters, supports de communication et valorisation d'événements.*

*Aujourd'hui, j'accompagne les entreprises qui souhaitent structurer leur communication, développer leur visibilité ou faire évoluer leur image, avec une approche à la fois stratégique, créative et adaptée à leur identité.*

# MA VISION.

## UNE COMMUNICATION PENSÉE AVEC INTENTION.

*Je suis convaincue qu'une communication efficace ne repose pas uniquement sur la régularité des publications.*

*Elle commence par une bonne compréhension de l'entreprise, de son identité, de ses objectifs et de son public.*

*Mon rôle est de transformer cette compréhension en une communication claire, cohérente et créative.*

# MES EXPERTISES

## STRATÉGIE

- Audit & analyse
- Stratégie de communication
- Stratégie éditoriale
- Calendrier éditorial

## COMMUNICATION DIGITALE

- Réseaux sociaux
- Community management
- Newsletters

## CRÉATION

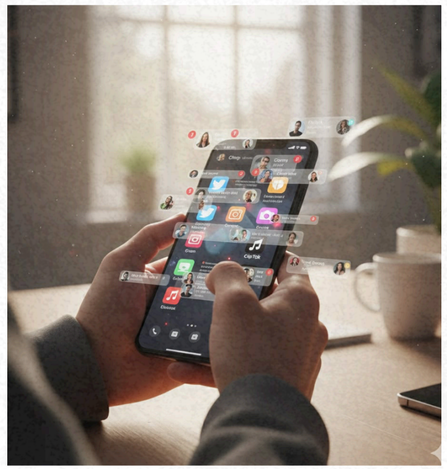
- Création de contenus
- Reels & vidéos
- Rédaction

## ÉVÉNEMENTIEL

- Communication événementielle
- Promotion d'événements
- Création de contenus
- Valorisation post-événement

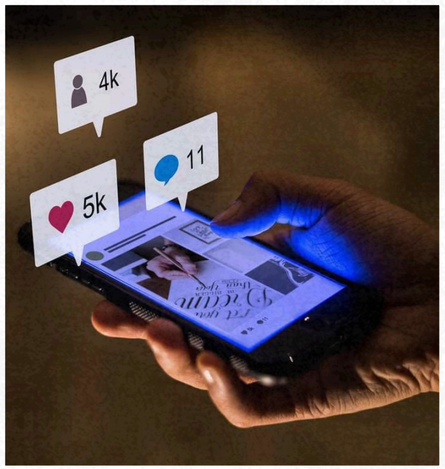
# MON EXPÉRIENCE

## COMMUNITY MANAGER AU SEIN DE L'AGENCE ÉVÉNEMENTIELLE *HÄNDELSE* (2024/2025)



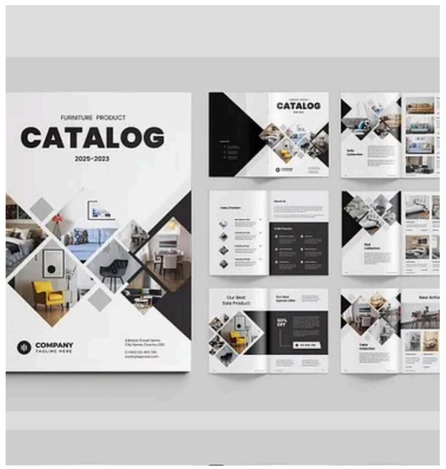
### STRATÉGIE

Refonte et actualisation de la stratégie de communication.




### RÉSEAUX SOCIAUX

Gestion éditoriale, création et publication de contenus pour les événements réalisés.



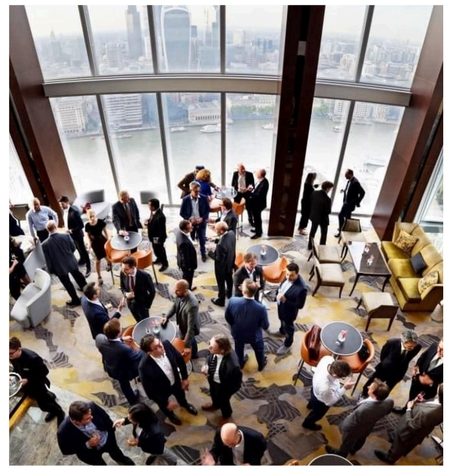

### SUPPORTS COMMERCIAUX

Actualisation et optimisation du catalogue de l'agence.




### NEWSLETTER

Conception, rédaction et diffusion de newsletters.



### ÉVÉNEMENTIEL

Communication autour des événements avant, pendant et après leur réalisation.

# ÉTUDE DE CAS : L'ALTERNANCE

**-> REPENSER LA COMMUNICATION D'UNE AGENCE ÉVÉNEMENTIELLE**

## LA
### PROBLÉMATIQUE

Comment structurer une communication plus cohérente et valoriser davantage l'expertise et les réalisations de l'agence ?




*Les réalisations professionnelles ne sont pas présentées dans ce portfolio pour des raisons de confidentialité.*

# ÉTUDE DE CAS : L'ALTERNANCE

## MON INTERVENTION

### 01 - ANALYSE

Analyse de la communication existante et identification des axes d'amélioration.

### 02 - STRATÉGIE

Réflexion sur les orientations éditoriales et les contenus à privilégier.

### 03 - DÉPLOIEMENT

Mise en œuvre de la stratégie à travers les réseaux sociaux, les newsletters et les supports de communication.

### 04 - VALORISATION

Mise en avant des événements réalisés et des savoir-faire de l'agence.

*Cette démarche a permis de structurer davantage la prise de parole de l'agence et de renforcer la valorisation de ses réalisations et de son expertise.*

# MES PROJETS

## PROJETS ACADÉMIQUES



### FRANCE MINIATURE

Refonte de la stratégie
de communication




### KINDER BUENO

Nouvelle stratégie de
communication Kinder Bueno
Black - Kinder Bueno Pot




### MONOPIX GOURMET

Renforcer l'attractivité
et le positionnement
de Monoprix Gourmet.

# FRANCE MINIATURE

**REFONTE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION · PROJET ACADÉMIQUE**

## LA PROBLÉMATIQUE

Comment renforcer l'attractivité de France Miniature à l'occasion de ses 35 ans et développer sa visibilité auprès du public ?

## MA RECOMMANDATION.

Création d'une stratégie anniversaire mêlant événementiel, influence, relations presse et réseaux sociaux pour générer du trafic et moderniser la prise de parole du parc.

https://canva.link/lhvkeankofthrsh

# MONORPIX GOURMET

**STRATÉGIE DE COMMUNICATION · 40 ANS · PROJET ACADÉMIQUE**




## LA PROBLÉMATIQUE

Comment transformer Monoprix Gourmet en marque premium du quotidien à l'occasion de ses 40 ans ?

## MA RECOMMANDATION.

LA BIG IDEA :

*« L'exception au quotidien »*
Développement d'une stratégie 360° autour des 40 plaisirs à cocher, d'activations en magasin, de l'influence et d'une expérience gastronomique immersive.

https://canva.link/otvarypuo251gf2

# KINDER BUENO

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION — LANCEMENT DE PRODUITS

*Kinder Bueno Dark et Kinder Bueno Pot*



## LA PROBLÉMATIQUE

Comment faire de Kinder Bueno une marque iconique et indépendante, en accompagnant l’évolution des plaisirs des jeunes adultes ?

## MA RECOMMANDATION.

Création d'une nouvelle stratégie de communication, création d’engagement, renforcement du storytelling, et mise en avant de la marque comme une institution qui évolue avec l’âge.

https://canva.link/0xagdbeymotps0f

# CE QUE JE PROPOSE

**STRATÉGIE**
AUDIT · STRATÉGIE DE COMMUNICATION · CALENDRIER ÉDITORIAL

**DIGITAL**
RÉSEAUX SOCIAUX · COMMUNITY MANAGEMENT · NEWSLETTERS

**CRÉATION**
CONTENUS · PHOTOGRAPHIE · VIDÉO · RÉDACTION

**ÉVÉNEMENTIEL**
COMMUNICATION AVANT, PENDANT ET APRÈS ÉVÉNEMENT

# PARLONS DE VOTRE PROJET.

***Vous souhaitez structurer votre communication, développer votre visibilité ou donner une nouvelle dimension à votre image ?***
***Je serais ravie d'échanger avec vous autour de votre projet.***


***AMY JEAN-PHILIPPE***

*Communication · Stratégie · Création*

***Mail :*** *contact.giastudio@gmail.com*
***Téléphone :*** *06.61.40.33.76*
***Linkedin :*** *linkedin.com/in/amy-jean-philippe-782ab124a*