

LA BOITE DE
TOM

Conception-rédaction
Identité de marque & contenu éditorial

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

Tom pour **Thomas Noland - De Piante**, 33 ans, originaire du Mans et aujourd'hui domicilié à Paris.

30 années passées en France entre **Le Mans, Lyon et Paris** ; 3 vécues à **Bangalore**, en Inde.

Eternel **curieux**, passionné par **les mots** et tout ce qu'ils véhiculent depuis toujours.

8 ans de **presse écrite** dans le sport et la culture, 8 ans de **marketing/communication** dans l'agro-alimentaire.

Une carrière menée dans deux mondes, autour d'une seule et même vision : **écouter, comprendre, écrire une histoire puis la raconter.**



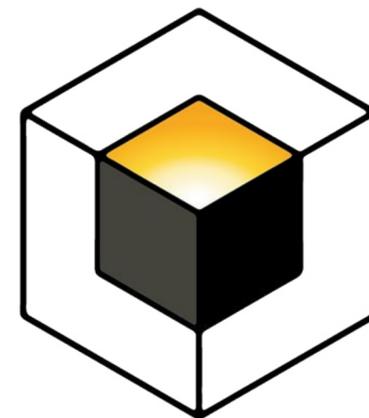
Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

Fondée en septembre 2020 pour incarner cette vision, la bien nommée boîte de Tom s'articule autour de trois expertises complémentaires :



LA BOITE À
MOT

Conception-rédaction | Identité de marque | Contenu éditorial

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

Conception-rédaction | Une *histoire* de bon(s) mot(s)

La conception-rédaction, aussi appelée *copywriting*, est l'art de séduire, d'interpeller, de convaincre avec les mots. Qu'il s'agisse d'une accroche publicitaire, d'un article de blog ou d'un livre blanc, je sais trouver les mots justes pour captiver le lecteur.

Accroche

Accroche, slogan, titre... Plusieurs noms, pour un seul but : tout dire en peu de mots.

Outils d'aide à la vente

Brochure, flyer, livret... Un document qui synthétise et convertit le lecteur.

Publicité

L'art de trouver la formule efficace, dans le métro, à la TV ou à la radio.

Rédaction web

Pages de vente, newsletters, e-mailings, livres blanc... Oui, le digital peut être chaleureux !

Réseaux sociaux

Facebook, LinkedIn ou Instagram : le bon post est celui qu'on lit jusqu'au bout.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

Identité de marque | *L'histoire derrière votre marque*

L'identité de marque, ou *brand identity*, est la pierre angulaire de votre communication, l'essence même de votre marque. Ensemble, nous définissons ses caractéristiques, ses valeurs et ses engagements, via un storytelling authentique et impactant.

Naming

Trouver le bon nom pour son produit, sa marque ou son entreprise, est tout un art.

Branding

Une fois le nom trouvé, il faut maintenant faire (re)connaitre la marque au plus grand nombre.

Storytelling

Chaque marque a son histoire et le storytelling est le meilleur moyen de la raconter.

Manifeste de marque

Un texte impactant qui résume tout ce qui fait votre marque : son histoire, ses valeurs, ses engagements.

Plateforme de marque

L'expression synthétique de tous les éléments qui composent votre marque.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

Contenu éditorial | *Une histoire est faite pour être lue*

Le contenu éditorial, aussi nommé *brand content*, vise à faire vivre la marque sur tous les supports de communication imaginables. La forme du contenu peut donc différer, mais pas le fond : transmettre l'identité, les valeurs et l'expertise de votre marque à travers les mots.

Contenu Web

Votre site, votre blog, vos réseaux sociaux... Autant de médiums où votre histoire peut être racontée.

Contenu Print

Le print n'a pas dit son dernier mot ! Brochures, flyers, catalogues, etc.

Contenu Corporate

Communication interne ou externe : journal interne, rapport annuel, support de formation, etc.

Traduction marketing

Traduction marketing de l'anglais vers le français, transcréation et localisation.

Amélioration stylistique

Si votre contenu existe déjà mais que vous n'en êtes pas content, il est toujours possible de l'améliorer.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

Difficile de bien avancer sans une bonne méthode. Celle de la boîte de Tom s'applique en trois temps :

01

Comprendre | *Analyse de la marque et de ses besoins*

Audit interne et externe
Bilan & perspectives

02

Ecrire | *Mise en place de la stratégie narrative*

Identité de marque (plateforme, signature, manifesto, etc)
Ligne éditoriale & ton de la marque

03

Raconter | *La stratégie appliquée aux contenus*

Communication publicitaire & corporate
Outils print & web

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple



Le Vert Galant

Visuel non contractuel

Vin d'agriculture biologique
FR BIO 01

...un Sauvignon Blanc tout en fraîcheur, vif de goût et d'esprit. Parfait pour les gourmands, friands d'Écu fruités et élégants...

Cépages : 100% Sauvignon
Vendange : manuelle
Age de la vigne : 25-35 ans
Elevage : fermentation lente en cuve inox sur lies fines jusqu'au printemps

Service : 12°C
Garde : 2 à 3 ans
Accord mets-vins : A consommer en apéritif, avec plateaux de fruits de mer, poissons, fromages.

Des vins... culottés !

Fruits d'un long travail de recherche pour cueillir le meilleur de ces nobles terroirs, l'Écu des Rois vous propose aujourd'hui deux vins aux cépages emblématiques de la région et surtout complémentaires pour illuminer vos banquets.



Visuel non contractuel

Vin en cours de conversion biologique

...un Touraine-Chenonceaux qui vous surprendra par sa souplesse, son intensité et son équilibre. Avis aux amateurs d'Écu soyeux et ronds...

L'Illustré

Cépages : 80% Côt (Malbec), 20% Cabernet Franc
Vendange : manuelle
Age de la vigne : 45 ans
Elevage : en caves de tulleau pendant 10 mois

Service : 16-18°C
Garde : 8 à 10 ans
Accord mets-vins : A consommer avec charcuteries gibier, viandes en sauce ou fromages.

L'Écu des rois, l'art du « bien vivre » du Val de Loire mis en bouteille. Vins de plaisir, ils honorent l'histoire de la Vallée des Rois en s'invitant à votre table avec culot et gourmandise.

L'histoire de l'Écu des Rois prend racine à **Blois**, au cœur du **Val de Loire**. C'est ici, au sein même de cette ancienne résidence royale, que deux épicuriens ont eu l'idée audacieuse de mettre en bouteille le patrimoine et surtout l'art du « bien vivre » typique de la Vallée des Rois.

Conçu pour être un **vin de plaisir**, un **vin de copains**, l'Écu des Rois est à l'image du Val de Loire : riche de son histoire. Véritable hommage à ses origines, il est le fruit d'une **culture locale, biologique et durable**, menée dans le respect de la terre et des hommes.

Résolument espiègle, l'Écu des Rois souffle un vent frais sur le monde viticole et n'a qu'une hâte : vous partager son histoire et ses bouteilles. En espérant que vous n'aurez plus qu'une seule envie : **vous faire l'Écu !**

Et pour retrouver l'Écu en ligne, c'est par ici :

lecudesrois.fr @lecudesrois @lecu_des_rois

Conception-rédaction | L'écu des Rois | Mars 2021
Rédaction d'un livret promotionnel.
Conception-rédaction & conception graphique.



Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

EN MANQUE DE TEXTE ?
BETTER CALL Tom!

J'ai toujours le mot pour dire !

Votre CR habituel.le est débordé.e ? En vacances ? Ou même peu inspiré.e par un sujet en particulier ? Bref, vous avez des besoins en conception-rédaction ? Je suis le Tom de la situation !

CR freelance aussi polyvalent que réactif, je peux répondre à tous vos besoins en conception-rédaction, en création d'identité de marque et de contenu éditorial.

N'hésitez pas à me contacter pour plus d'informations !

hello@laboitedetom.fr | 07 88 32 43 21

Conception-rédaction | La boîte de Tom | Septembre 2022

Conception-rédaction d'un leaflet promotionnel «Better Call Tom»

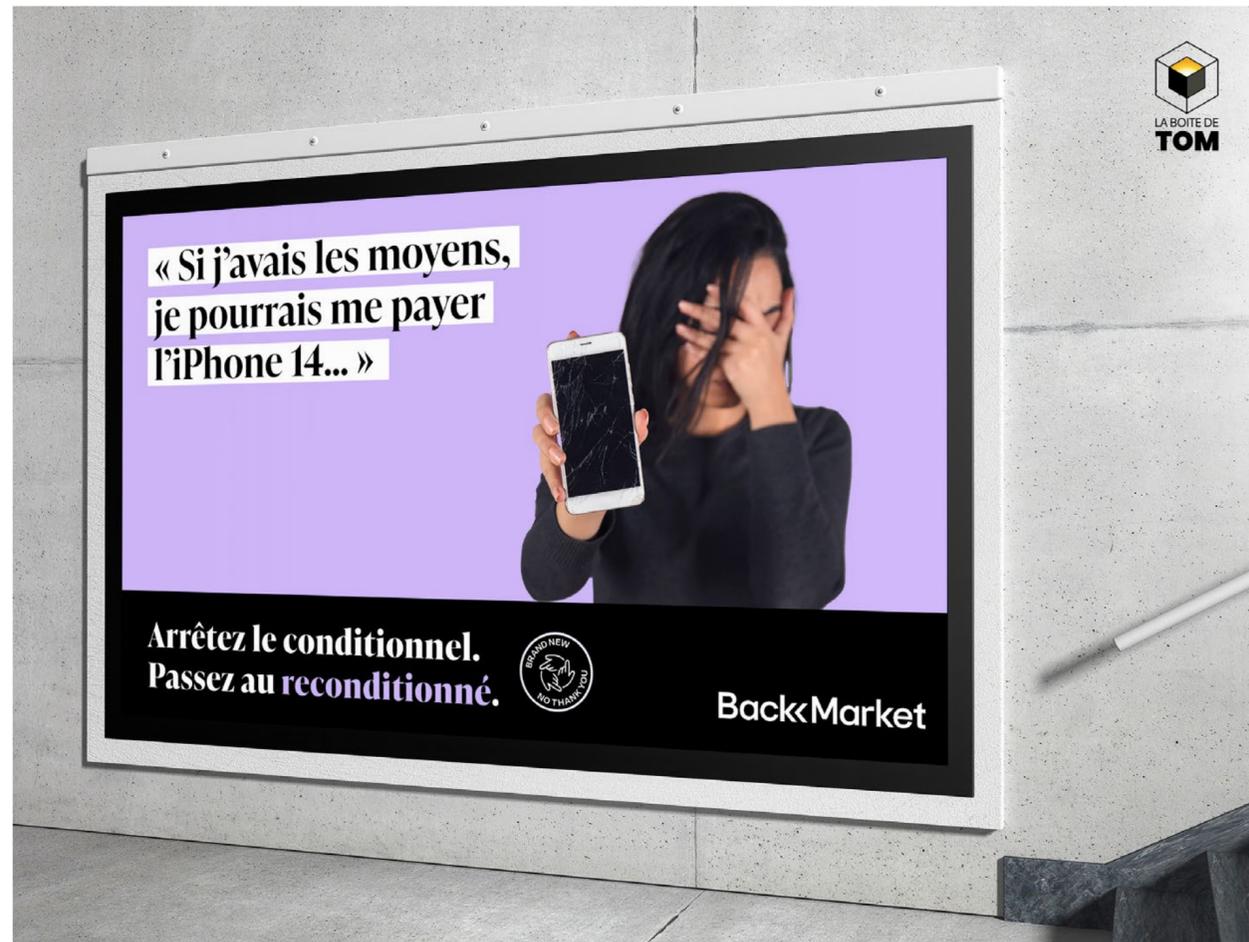
Conception-rédaction & conception graphique.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple



Conception-rédaction | Projet personnel | Septembre 2022

Conception-rédaction d'une campagne virtuelle pour BlackMarket.

Rédaction de la claim & conception graphique d'un visuel d'illustration.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

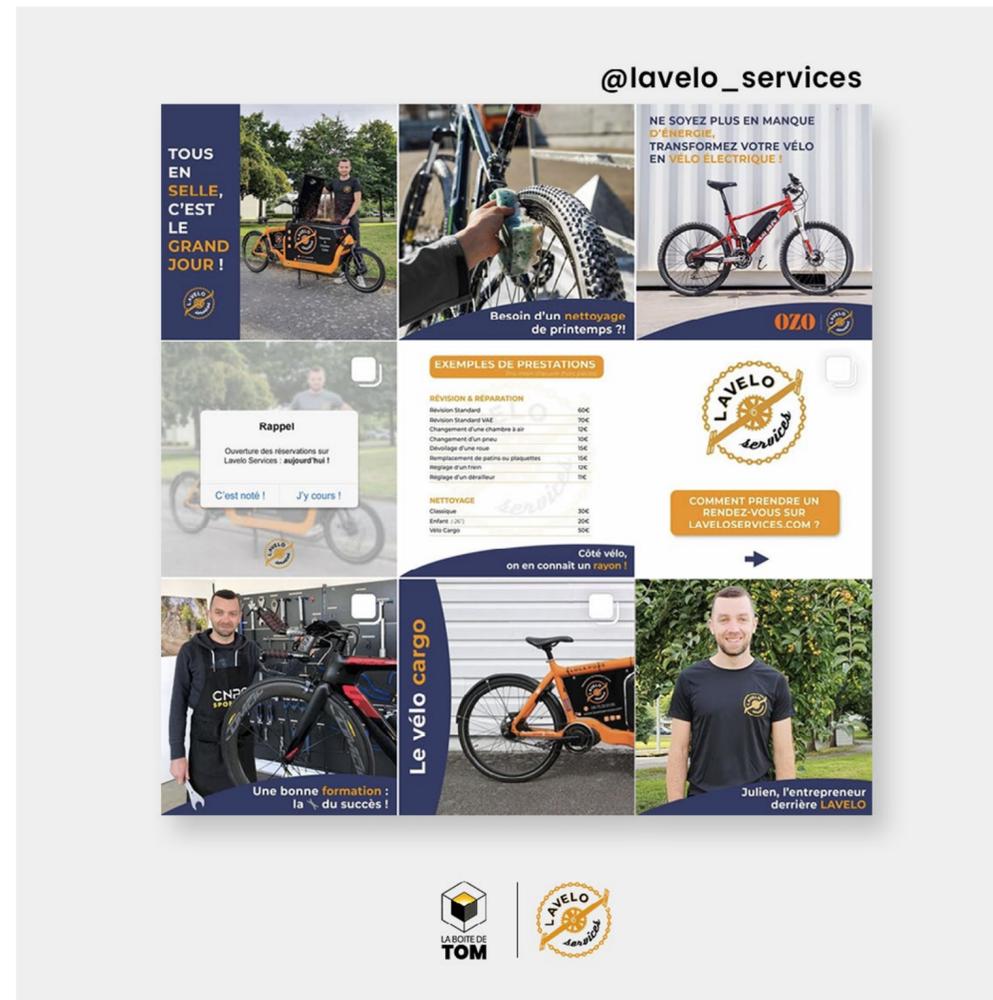


PRÉSENTATION

Julien Rousseau

Au guidon de ce projet et de ce véritable atelier de réparation mobile, c'est Julien, 28 ans, fondu de triathlon et tout particulièrement de vélo, qui s'occupera de l'entretien et de la réparation de votre chère bicyclette. Armé de ses mollets d'acier et d'un diplôme de technicien cycle, il se rendra en moins de temps qu'il ne faut pour le dire à votre domicile ou à votre bureau pour vous remettre en selle.

NOUS CONTACTER



Identité de marque | LAVELO | Premier semestre 2022
Création de l'identité de marque de LAVELO services
Charte éditoriale, manifeste de marque, contenu éditorial, etc.



Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

“

AKOÛRI, qui signifie *bonjour* en malgache, est un clin d'œil à mes origines.

Utilisé avec mes amis pour se saluer, je l'ai naturellement choisi pour être le nom de mon projet de cœur : **un bar à vin.**

AKOÛRI, c'est...

- ...un bar à vin à mon image, simple et sans prétention (*mais avec beaucoup de charme*)
- ...un espace convivial, où tu partages de bons vins et de bons moments (*et aussi l'addition*)
- ...un lieu de rencontre, où tu ramènes ton date, tes potes, ta famille (*dans l'ordre que tu veux*)



Identité de marque | AKOURI | Mars 2022 à aujourd'hui
Direction de la communication du bar à vin AKOURI (Dijon)
Naming, branding, charte éditoriale, manifeste de marque, contenu éditorial, etc.

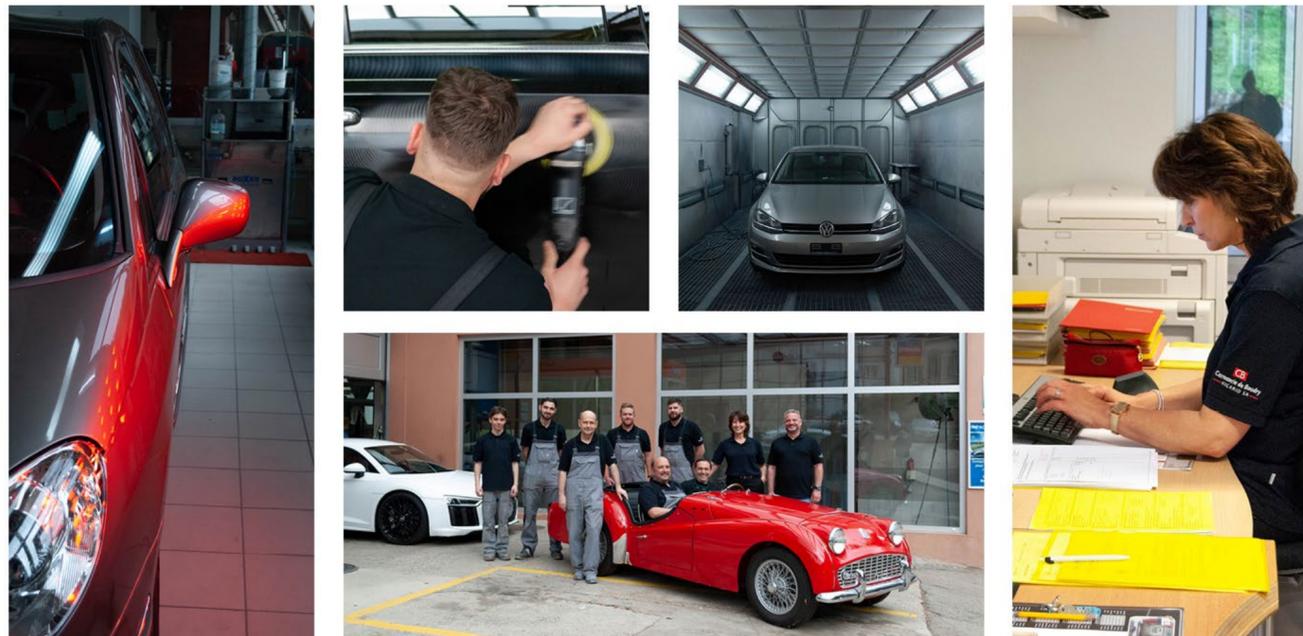
Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple

CB
Carrosserie de Boudry
VICARIO SA



L'amour des lignes parfaites.

Toute l'âme de la carrosserie de Boudry est contenue dans cette phrase.

L'amour...

L'amour, d'abord. Celui que nous portons à notre métier : la carrosserie. Depuis 1969 et sa création par Rinaldo, la famille Vicario gère fièrement la carrosserie de Boudry, au cœur du village éponyme, non loin de Neuchâtel. **Plus de cinquante années de savoir-faire familial alimenté par une seule passion : celle de prendre soin de vos voitures et de travailler à raviver leurs lignes originales.** Et comme le véritable amour est inconditionnel, quand nous parlons de voitures, nous parlons de toutes les voitures. Qu'elles soient françaises, allemandes ou bien italiennes, petites ou grandes, neuves ou d'occasion, sportives ou familiales, elles seront toutes traitées avec la plus grande des attentions.

...des lignes...

Les lignes, ce sont celles de tous ces véhicules qui sont confiés à la carrosserie de Boudry dans un seul but : leur redonner leur éclat d'origine. **Pour cela, nous avons su faire évoluer nos outils et nos méthodes au fur et à mesure des années pour offrir le meilleur de la technologie aux voitures qui passent entre nos mains.** Peinture, tôlerie, débosselage, remplacement ou réparation de pare-brise, nettoyage complet de véhicules... toutes ces opérations sont effectuées par des carrossiers qualifiés sur des équipements dernier cri, avec toujours cette volonté d'obtenir un résultat à la hauteur de vos attentes. Le secteur automobile a beaucoup évolué mais notre exigence, elle, n'a jamais changé : nous visons la perfection, rien de moins.

...parfaites !

Cette perfection du résultat est une quête que mène perpétuellement la carrosserie de Boudry. En véritables artisans carrossiers, la famille Vicario a toujours privilégié la qualité à la quantité. **Chaque voiture qui nous est remise fait l'objet d'un soin et d'un travail de précision minutieux, qui fait honneur à la tradition horlogère de la région.** Votre satisfaction est notre priorité et nous mettons pour cela tout en œuvre pour vous satisfaire. Outre tous les travaux conduits sur votre véhicule, nous assurons également toute la partie administrative : de la prise de contact avec votre assurance en à la déclaration du sinistre en passant par le prêt d'un véhicule le temps des réparations, tout est géré en interne par nos équipes. Une prestation complète clé en main, de la remise du véhicule à la carrosserie à sa restitution au client.

L'amour des lignes parfaites, c'est donc tout cela à la fois : une passion unique et intacte depuis des décennies pour la carrosserie, où le savoir-faire familial s'allie à l'innovation technologique pour atteindre un seul but : que votre voiture retrouve son éclat et vous, votre sourire !

Identité de marque | La carrosserie de Boudry | (en cours)
Modernisation de l'identité de marque & refonte du site web
Charte éditoriale, manifeste de marque, contenu éditorial.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple



Contenu éditorial | Reitzel | 2021 & 2022
 Rédaction d'une revue interne et d'une newsletter interne.
 Conception-rédaction & mise en page.



Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple



Première Consultation

Merci d'avoir accepté de faire partie des premiers abonnés des *Consultations* de la Clinique du Design. Deux ans après sa création, la Clinique du Design commence à se frayer son bout de chemin dans le monde du design numérique, guidée par son objectif de créer des produits numériques élégants et efficaces. Nous avons donc décidé de créer cette newsletter trimestrielle afin de **partager du contenu autour de nos métiers.**

Quand nous avons réfléchi au thème à explorer pour cette *Première Consultation*, les sujets de l'**UX** et de l'**UX Design** nous sont très rapidement et très naturellement venus en tête. Premièrement parce que c'est au cœur de tous nos projets.

Ensuite, parce que **c'est un sujet aussi vaste que passionnant**, qui ouvre une multitude de pistes de réflexion que nous avons à cœur de partager avec vous.

Dans cette *Première Consultation*, nous allons donc nous pencher sur le **design d'expérience utilisateur** : qu'est-ce que c'est concrètement, comment ça marche, pourquoi c'est important, et tout plein d'autres choses.

Bonne lecture !

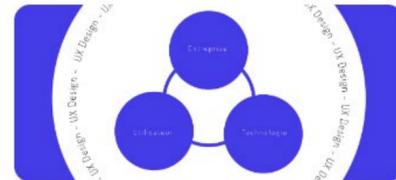
Le dossier



UX Design, Kézako ?!

On a tenté de proposer notre définition et notre approche du terme.

[Lire l'article](#)

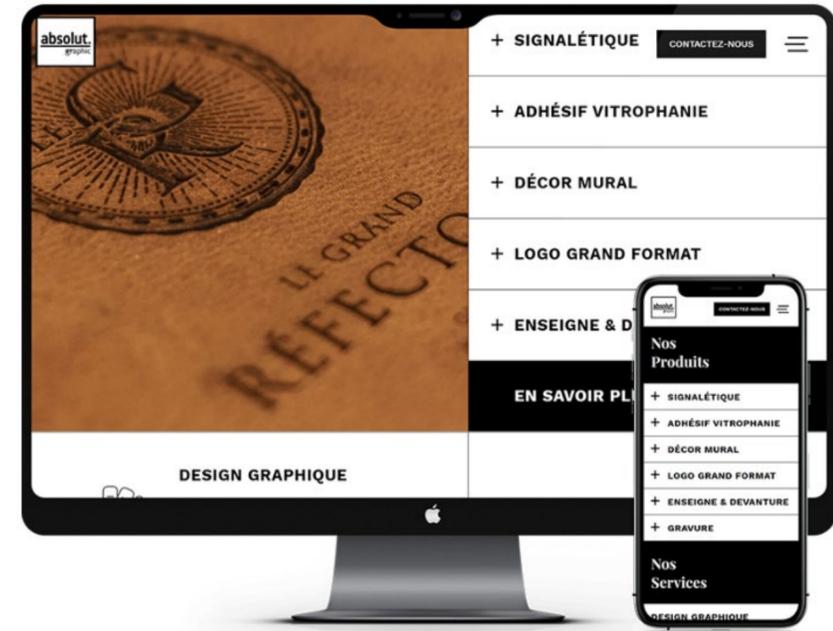


Les 3 piliers de l'UX Design

L'UX Design : à l'intersection de l'utilisateur, de l'entreprise et de la technologie ?

[Lire l'article](#)

La réalisation



Absolute Graphic : Une refonte UX pleine page !

Recherche UX, Direction Artistique Digital, Micro-Animations...

[Voir le projet](#)

Contenu éditorial | Clinique du design | Septembre 2022

Rédaction d'une newsletter bimestrielle pour la clinique du design, agence de création numérique. Rédaction de dossiers, articles, actus, etc.



Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple



5. LE BRIEF ARTISTIQUE

5.5 LA THÉMATIQUE CHOISIE :

« Réensauvageons-nous, la nature reprend ses droits »

Jusque dans son nom, le quartier Gratte-Ciel reflète l'idée d'une ville qui domine. Riche de nombreux édifices imposants, à l'image du bâtiment abritant le **TNP** ou encore celui de la **mairie**, ce quartier très urbain nous a donné l'idée de développer la thématique de la nature et de sa force endormie.

En prenant le contre-pied du monde minéralisé de la surface, nous projetons l'usager de la station dans un monde luxuriant, abondant et sauvage. En immersion dans la verdure, il assiste au glorieux retour de la nature et du vivant.

Alors que nous traversons une période où le discours écologique occupe, enfin, une place de plus en plus importante dans les débats publics, cette thématique du réensauvagement et de la nature qui reprend ses droits nous paraît judicieuse et même nécessaire. En la mettant à l'honneur dans un cadre pourtant initialement peu propice à son éclosion, on rappelle qu'elle a sa place partout, même (et surtout ?) en ville.

Ce choix de thématique fait de plus écho à la volonté de Cédric Van Styvendael, maire de Villeurbanne, de mettre la nature à l'honneur à travers différentes initiatives : *Villeurbanne côté jardins*, le festival de la nature en ville ; le programme sur la flore urbaine *Les Sauvages de ma rue* ; ou encore le projet urbain Gratte-Ciel centre-ville qui prévoit notamment la plantation de près de 500 arbres.

Contenu éditorial | SYTRAL | Juin 2021

Rédaction de quatre cahiers des charges et de direction artistique dans le cadre d'un appel d'offres.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple



Contenu éditorial | La boîte de Tom | Janvier 2022

Rédaction d'un article de vulgarisation autour du concept d'insight à partir d'une campagne publicitaire.

Le Tom de la situation

C'est dans la boîte !

Méthode Man

Pour l'exemple



Contenu éditorial | Technicaps w/ Machin Bidule | Juillet 2022

Rédaction du contenu du site technicaps.fr

A partir des éléments fournis par le client et du tone of voice, rédaction de l'intégralité du site.

Ils m'ont fait confiance...



On en discute ensemble ?



+ 33 (0)7 88 32 43 21



hello@laboitedetom.fr



laboitedetom.fr



@laboitedetom



LA BOITE DE
TOM