

PORTFOLIO



Branding & Activations Digitales

www.nguykaren-digitalstudio.com



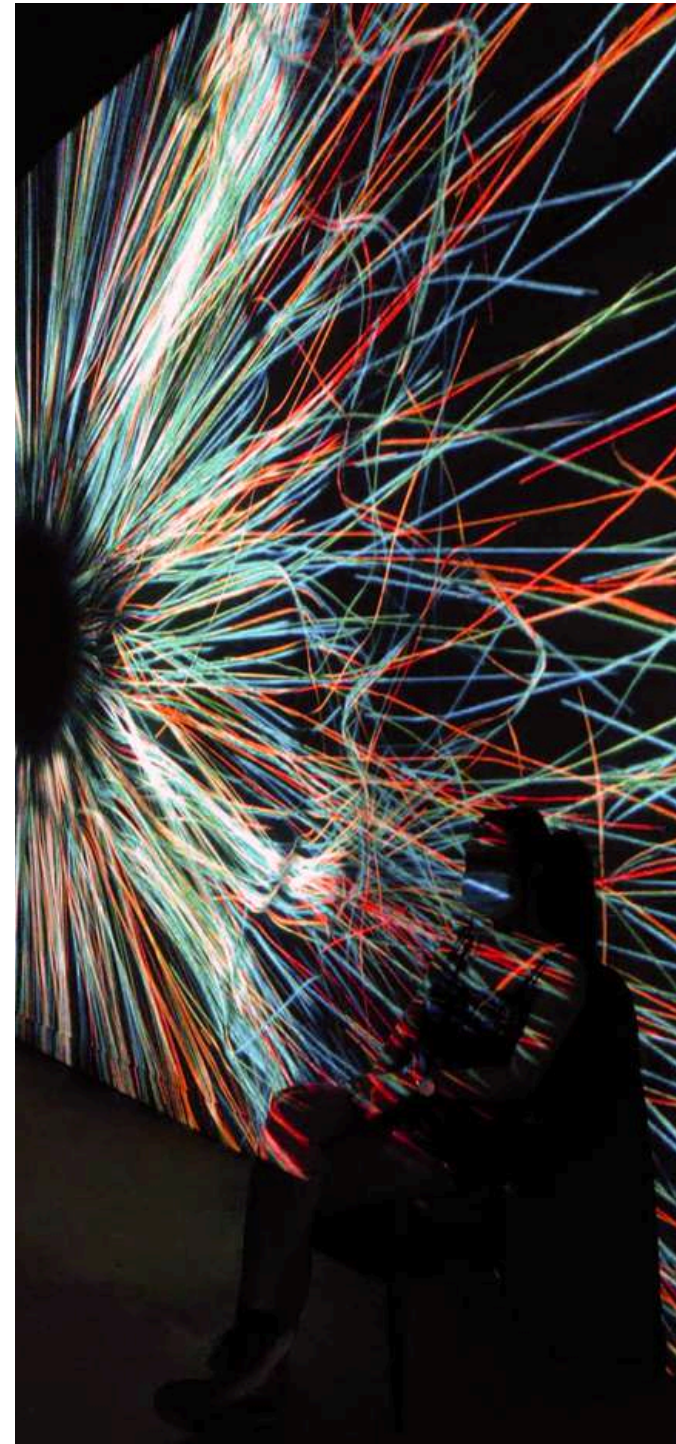
Pourquoi ?

Une marque qui brûle d'une flamme claire et sincère ne s'éteint jamais : elle éclaire, rassemble et inspire. Elle est celle qui guide chaque projet à sa finalité, là où la marque prend vie. **C'est là que je travaille : au cœur du feu.** Depuis 5 ans, j'active les récits de marques avec stratégie, méthode, créativité, sens du business et ... une furieuse envie d'aller encore plus loin pour toujours innover avec audace.



hello

NGUY Karen



Une passionnée de storytelling et de nouvelles technologies

C'est autour du feu que sont nées les premières histoires. Depuis petite, l'univers du multimédia et du storytelling me fascine pour sa façon si unique de toucher les cœurs, de faire réfléchir, de faire grandir les individus, et de captiver les audiences.

Curieuse du monde et des évolutions qui le façonnent, j'aime explorer comment les marques, les nouvelles technologies et l'innovation peuvent enrichir nos rêves, nos récits et finalement ... notre quotidien.

Un parcours en production

Bachelor Chef de projets Digital - spécialité e-marketing
(Ecole Supérieure du Digital)

J'ai découvert ce qui se cachait derrière ce mot si vaste "digital", et j'ai appris à maîtriser un large éventail d'outils pour concevoir et déployer des stratégies digitales : web-marketing, social media, campagne paid, display, newsletter, UX/UI design, graphisme, montage, motion design, développement web...

La Fraise - Première mission : valorisation d'une startup

Team Lewis - Cap sur l'agence : gestion multi-clients et masterclass en marketing digital

Matrice - Explorer demain : immersion dans l'IA et les nouvelles technologies

Vous ?

ET... EN STRATÉGIE

Master Stratégie de marque & Planning stratégique
(Ecole Supérieure de la Publicité)

À force d'explorer les différents rôles d'un projet, j'ai développé un goût pour ce qui se joue en profondeur : le "pourquoi", les intentions, les liens entre les équipes. C'est en creusant cette dimension que j'ai appris à donner du sens à ce que je produis, à faire émerger la valeur derrière chaque projet et activations.

Des formations qui m'ont servi en temps réel (voir mon CV)



Mes projets populaires

Expériences

Matrice
TEAM LEWIS

Mémoire

IAG & Brand Content

Recos stratégiques

Adidas x Moncler
Benetton
Nous anti gaspi

Activations Digitales

Paid media

Duralex

UX/UI

Digital Village
Eastern State Penitentiary
Seeds

Video Mapping

Bâteau ivre, Rimbaud

01.

BILAN, D'EXPÉRIENCES

LA VIE EST UNE ÉCOLE.
CHAQUE EXPÉRIENCE UNE
LEÇON, CHAQUE RELATION
UN ENSEIGNANT



Alternance (2022-24) - Chef de projet Digital

Matrice Association

Fondée en 2016, Matrice est un centre d'innovation technologique et sociale qui conçoit des projets complexes mêlant recherche, entrepreneuriat et prospective, notamment autour de l'IA et du futur du travail.

Rôle

Chargé de projet digital au pôle communication : je m'occupe de la visibilité externe de l'entreprise, en collaboration avec une équipe de trois personnes (responsable communication et graphiste).

Leviers principaux

Site Web (SEO) / Social Media (LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter) / Employer Advocacy / Newsletter

Chiffres clés

Résultat qui ne comprend que l'organique)

1k

Publications

1M

Impressions

17k

Interractions

1,7%

Taux d'engagement
3% sur LinkedIn



Temps forts

2022

Nuit Blanche : Atelier Barillet

2022 - 2024

Campagne de recrutement

- Cube, Incubateur Matrice

- Impulser, Formation à l'entrepreneuriat

2023

Refonte de marque

350

candidatures

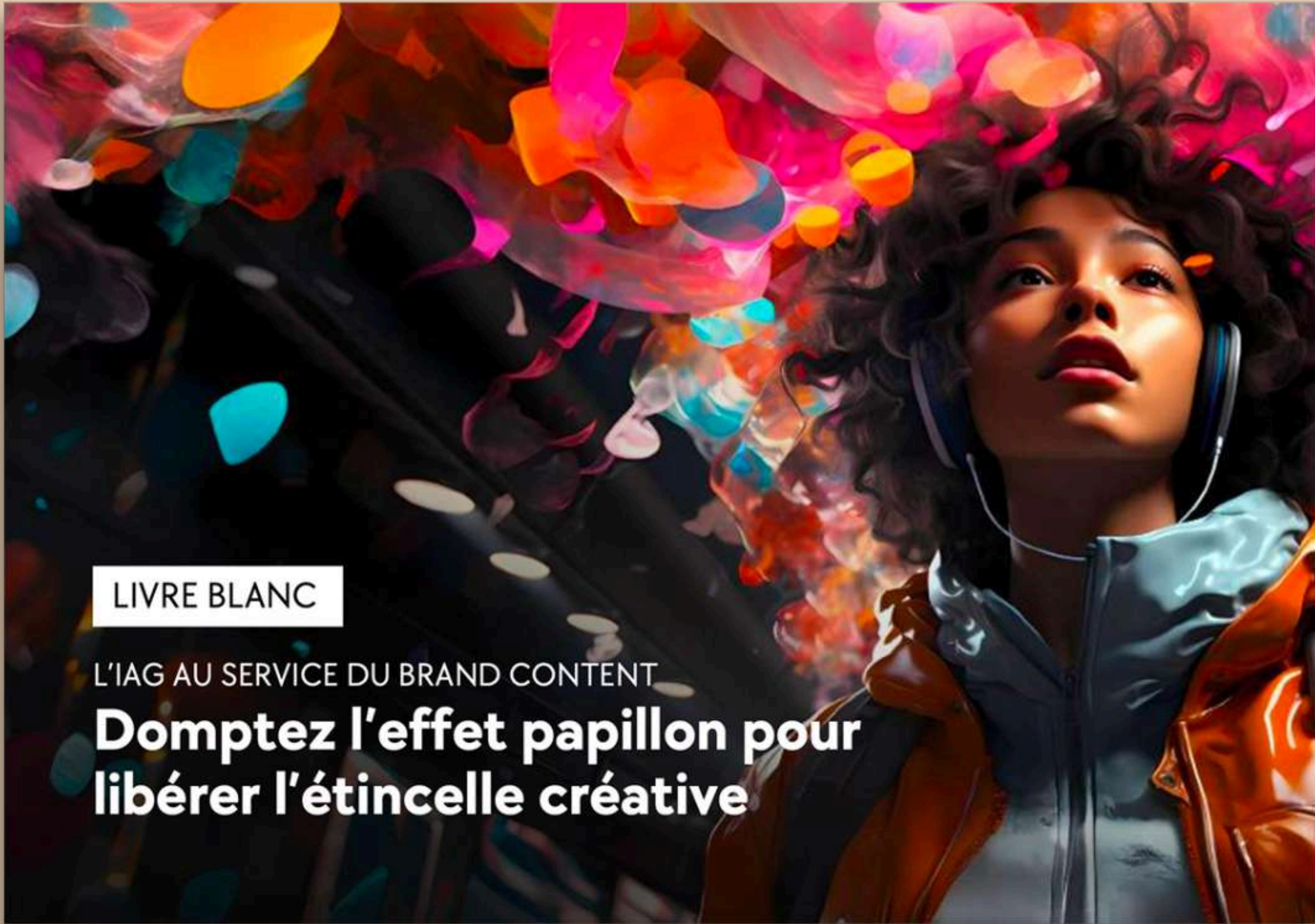
160

startups accompagnées

11

promotions





LIVRE BLANC

L'IAG AU SERVICE DU BRAND CONTENT

Domptez l'effet papillon pour libérer l'étincelle créative

DESIGN

de l'IAG chez
bées dans le
idjourney et
s textuelles.
nt d'adapter
n.

ulève encore
la propriété
achine ? Le
es récentes
des suites
nouveaux défis

d

ception et
sforme les
designs
anels et
en temps
ilisateurs,
oductivité



Livre blanc (mémoire) - Master (2024)

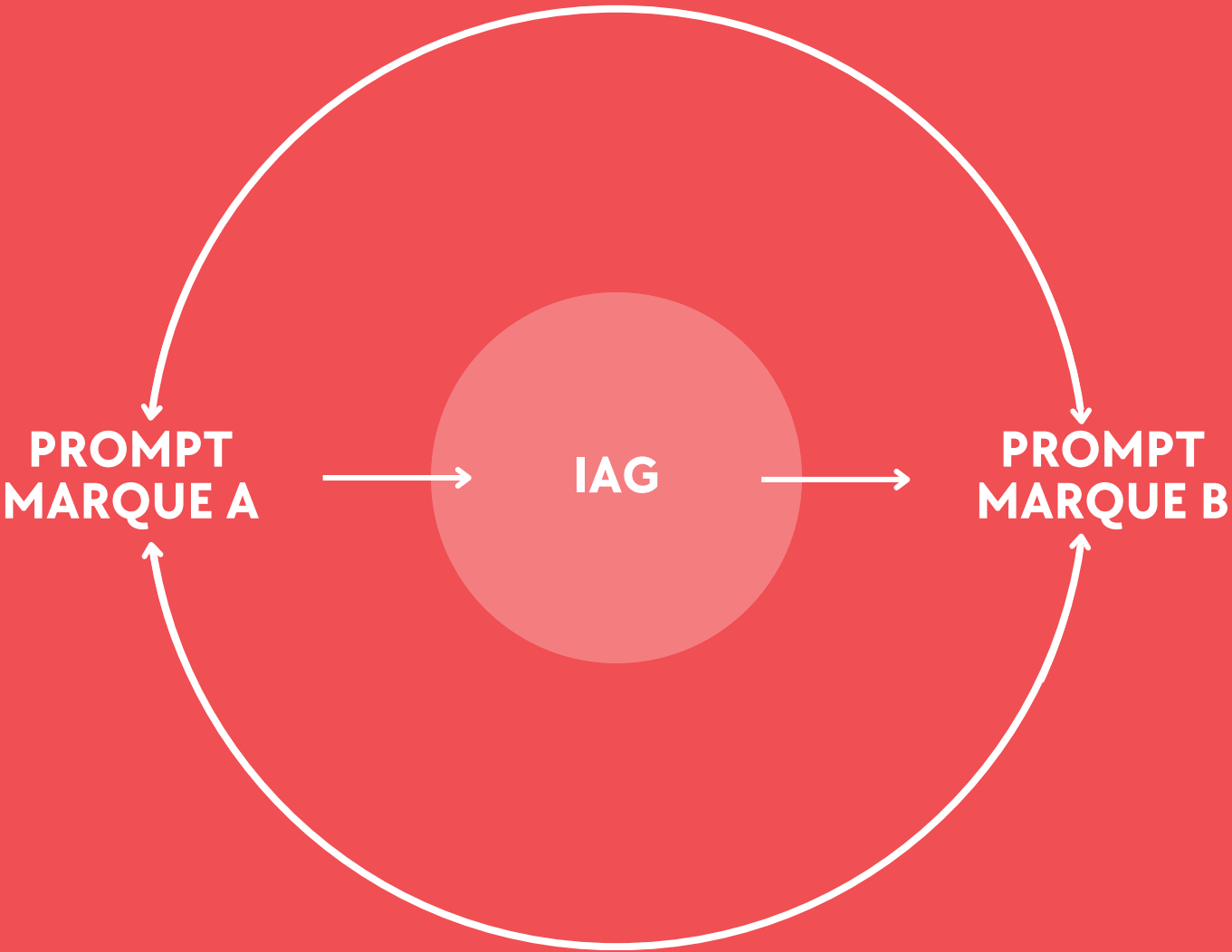
L'IAG au service du Brand Content

Les marques alimentent l'IA avec leurs données pour générer du contenu. Ce contenu, à son tour alimente l'algorithme pour être réutilisé par d'autres, créant un cycle potentiellement sans fin. Sur le long terme, ce processus risque de diluer l'identité si unique et différenciant des marques. L'IAG suit une logique de cause à effet que les marques doivent apprivoiser avec originalité. Ce livre blanc explore cette question cruciale sous le signe de l'effet papillon.

Rôle	Écriture, recherche documentaire, entretien qualitatif et quantitatif, mise en page
------	---

Bluffée ... Bravo pour ce Livre Blanc, qui sait prendre de la hauteur par rapport à ce sujet très actuel, qui pourrait être déjà galvaudé et qui est traité de façon pertinente !!!
Catherine Guérin, Consultante en marketing & communication

Très très pertinent : l'approche, l'édito et le sujet (bravo !)
Justhian Mbumba, Créatif et stratège à Brainsonic





Stage (2022) - 6 mois, Manager de communauté

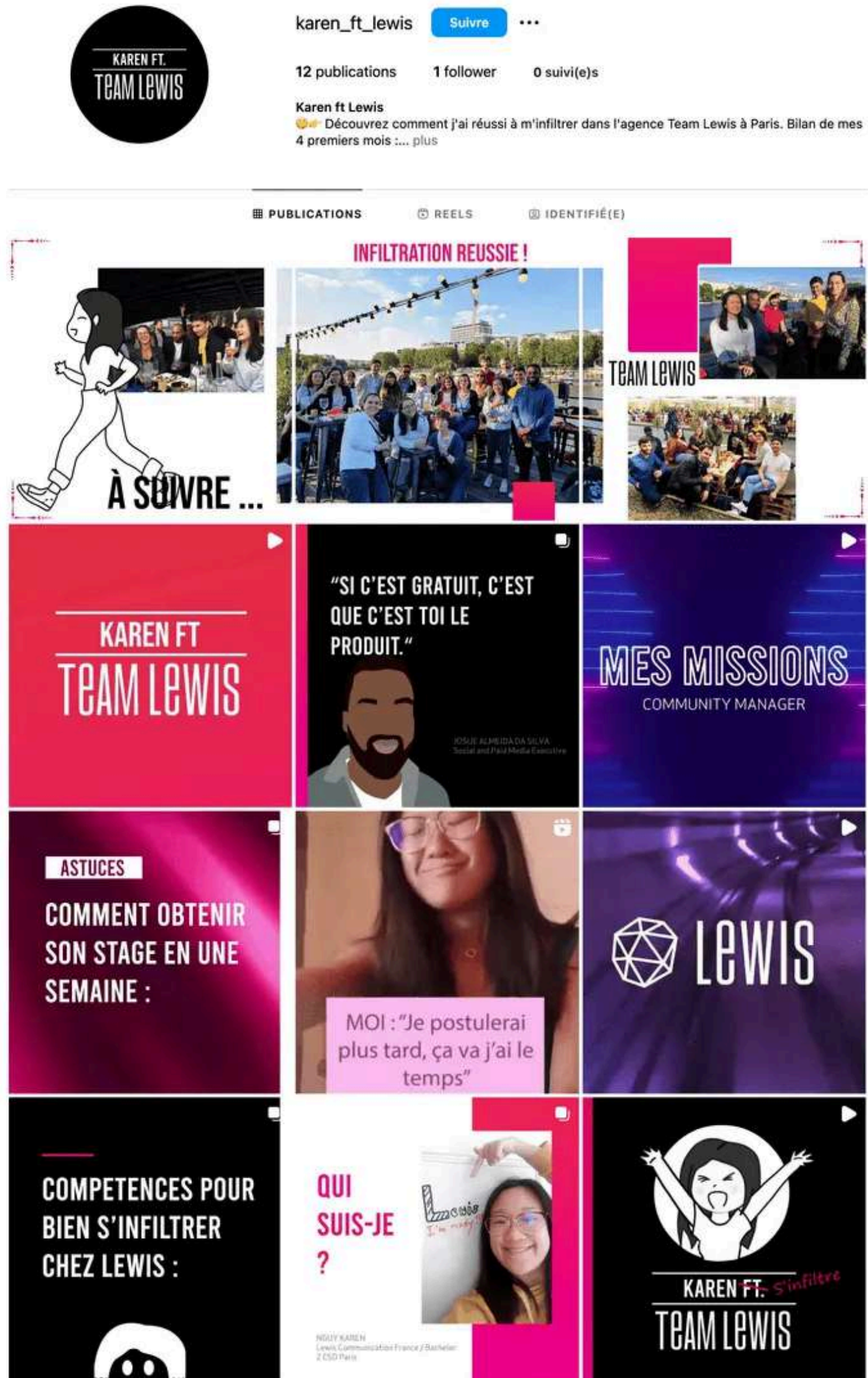
Team Lewis

TEAM LEWIS est une agence de marketing international présente dans 26 pays. En tant que community manager, j'y ai géré les réseaux sociaux de 5 clients, et contribué à la stratégie de contenu. J'ai résumé l'ensemble dans un rapport de stage au format quelque peu particulier.

Comment restituer de manière authentique et pertinente mon expérience en tant que stagiaire chez TEAM LEWIS ?

Rôle Manager de communauté pour différents clients (DKV, Siemens, Génération France, Easy Park, Alegria ...)

Concept Un feed instagram, journal d'une infiltration réussie !



02.

RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

IL FAUT TOUJOURS VISER LA LUNE,
CAR EN CAS D'ÉCHEC ON FINIT DANS
LES ÉTOILES.



Scolaire (2023)

Adidas x Moncler

Effacer ses propres frontières pour se réinventer, Moncler Genius repousse les limites entre art, design, sport et culture. Avec Adidas, ils ont lancé "The Art of Exploration: From the City to the Summit," effaçant la frontière entre montagne et ville, ou entre outdoor et streetwear.

Comment Moncler et Adidas peuvent-ils collaborer pour redéfinir les frontières entre outdoor et streetwear tout en inspirant une nouvelle génération ?

Rôle

Étude de marché, recherche de concept, storyteller et lead pitcher lors de la présentation finale

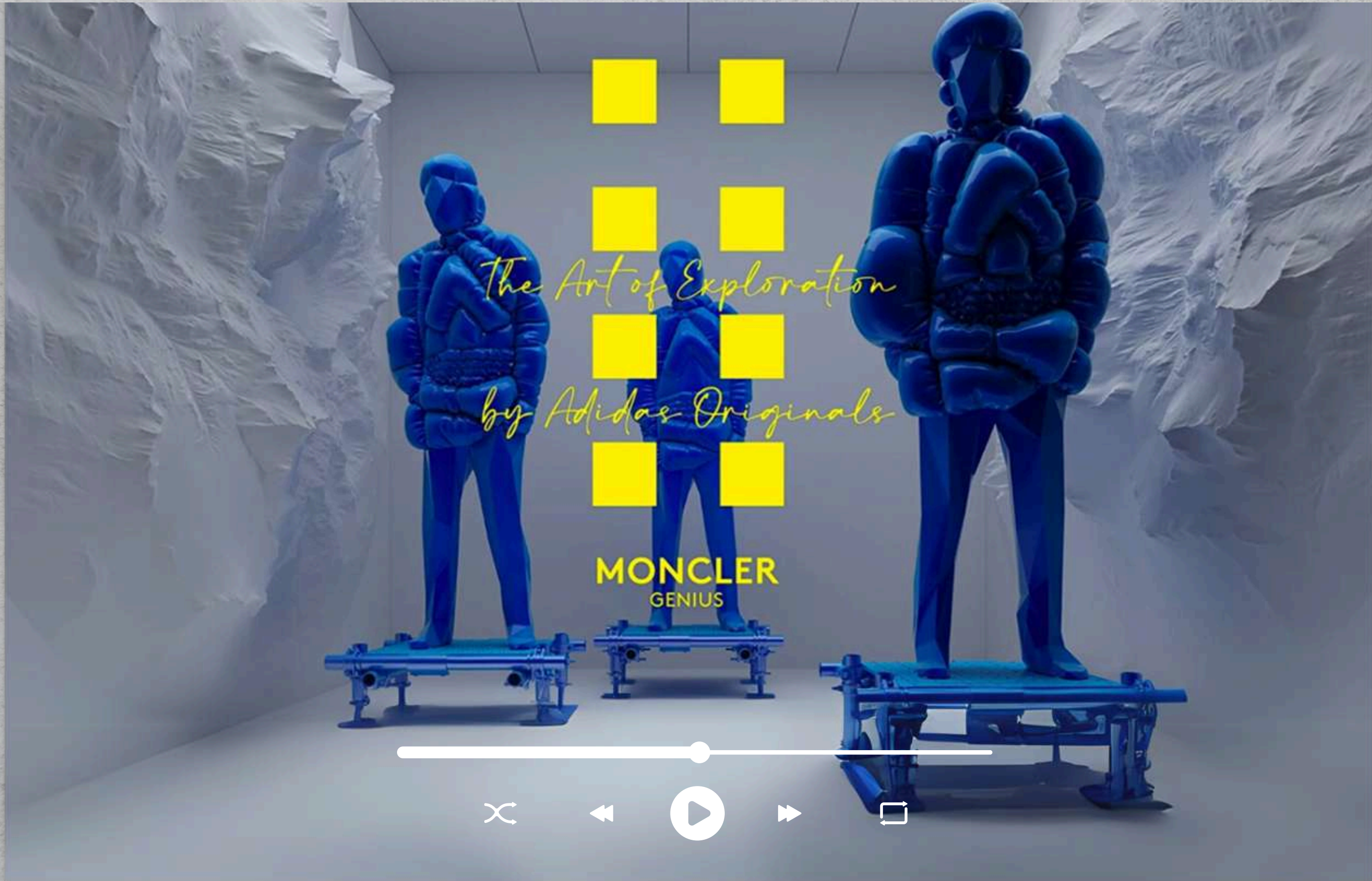
Concept

De la ville au sommet : Amener l'univers de la montagne en ville à travers la discipline du parkour

Activations clés

- **Opérations spéciales** : Le Louvres, Colonnes de Buren, Centre Pompidou
- **Partenariats médias** : Camino TV & Amazon
- **Brand Content** sur le parkour : Live Twitch, Série Web, Magazine "The Art of Exploration"







Scolaire (2024)

Benetton



Benetton souhaite se démarquer avec une application ludique et éducative pour parents et enfants, afin de renforcer son image, élargir sa clientèle et aller au-delà de ses produits traditionnels.

Comment Benetton peut-il présenter de manière interactive ses valeurs sociétales et écologiques afin de sensibiliser les parents et les enfants dans le prêt-à-porter ?

Rôle Recherche de concept, expérience utilisateur, gamification, graphisme, UI des maquettes finales

Concept Explorer, comprendre, apprendre à travers l'entertainment et la pédagogie

- Activations clés**
- Application ludique et éducative
 - Une mascotte, un univers et une narration engageante
 - Une box sensorielle pour une expérience phygitale
 - RP (J'aime Lire, Astrapi, Pomme d'Api, et le Magazine Parents)
 - Campagne digitale qui donne vie à Polypetto, la mascotte (YouTube Kid, Display ...)





Scolaire (2023)

Nous anti gaspi

NOUS Anti-Gaspi lutte contre les 10 millions de tonnes de nourriture gaspillées chaque année, mais manque de visibilité. Notre campagne valorise les produits rejetés comme une seconde chance, elle fait écho à des parcours de vie, rappelant que rien ni personne ne devrait être jeté pour de mauvaises raisons.

Comment NOUS Anti-Gaspi peut-elle augmenter sa visibilité et se démarquer pour inciter les consommateurs à passer à l'action contre le gaspillage alimentaire ?

Rôle

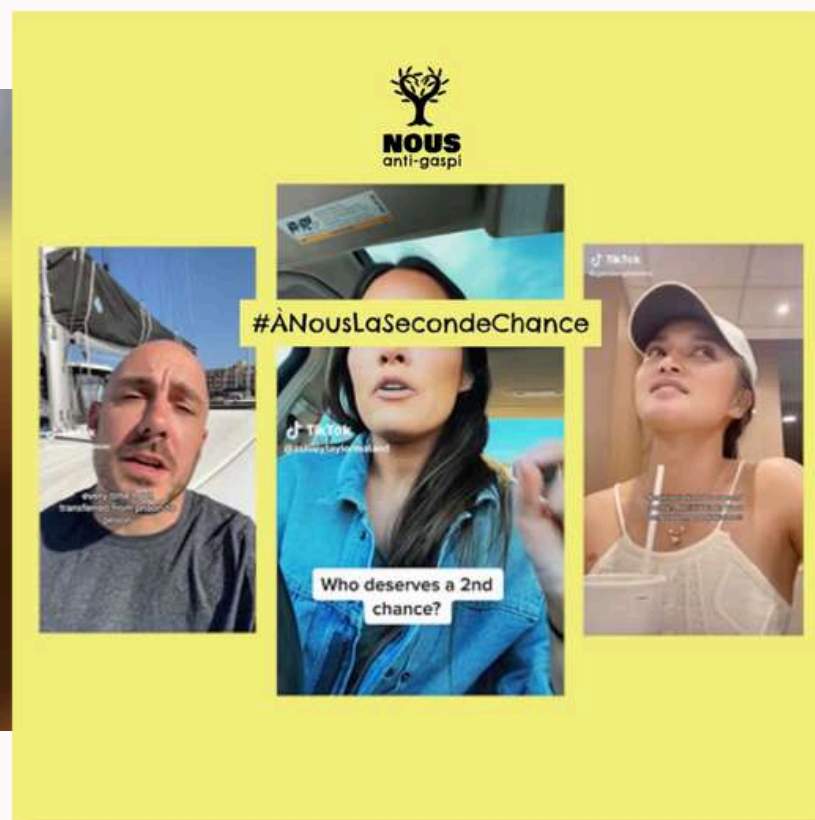
Étude de marché, Stratégie des moyens, Storyboard & Montage de la vidéo récapitulative

Concept

Tout le monde a le droit à une seconde chance

Activations clés

- Street Marketing
- Refonte Social Media
- Communauté Circle
- Filtre AR & Recettes de restes



SECONDE CHANCE

pour les produits



03.

ACTIVATIONS DIGITALES

JE N'AI PAS DE RÊVES,
J'AI UN AGENDA.



Scolaire (2023) - Paid Media

Duralex

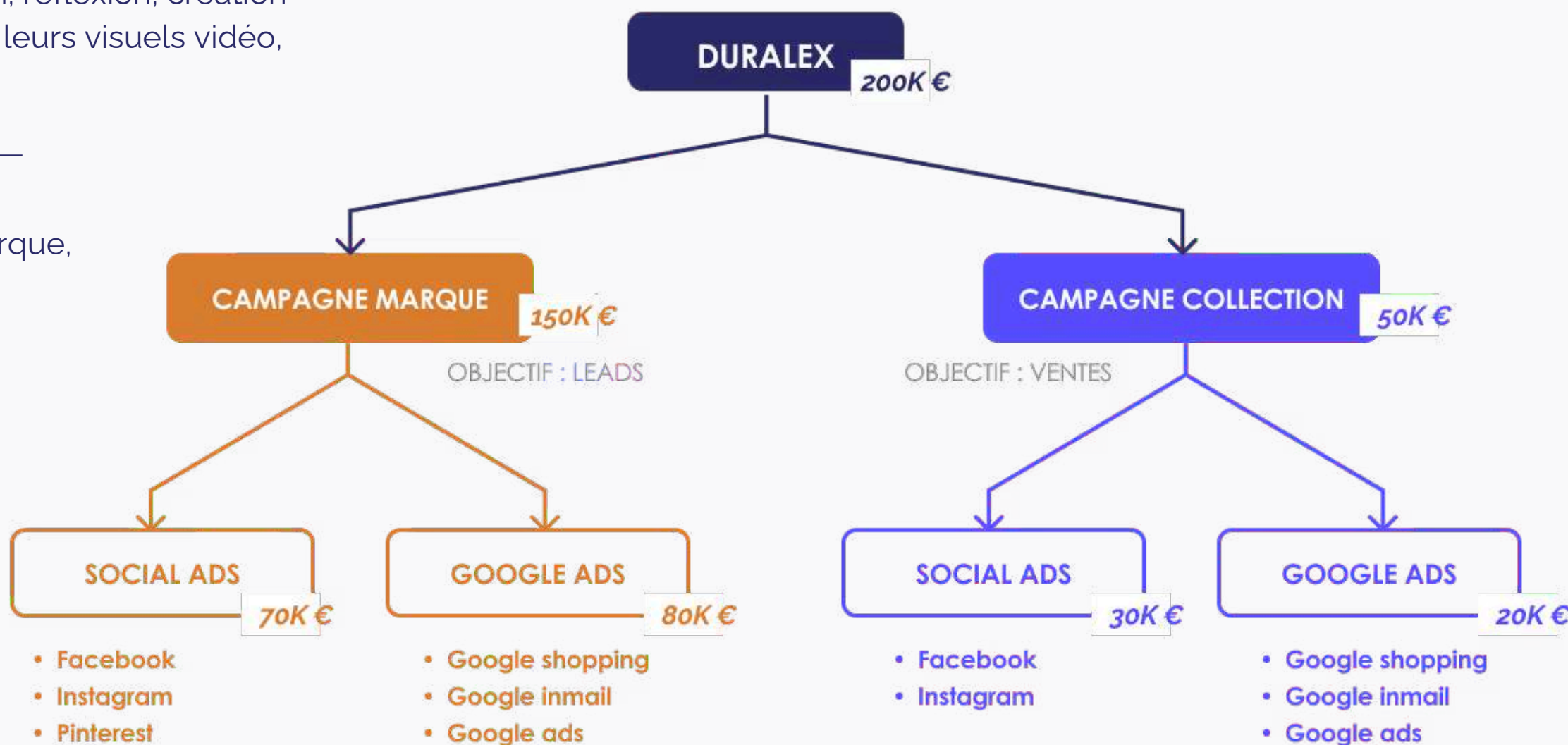
On connaît tous les verres DURALEX, cependant depuis quelques temps, la marque 100% française de notre enfance jongle entre rumeur de fermeture et rachat par ses salariés. Une campagne de paid media digital est donc envisagée afin de générer de nouveaux leads et booster les ventes de la collection éphémère Santorini

Rôle

Gestion de projet, organisation, réflexion, création de campagnes digitales et de leurs visuels vidéo, photo et carrousel sur Canva

Concept

Deux campagnes : une de marque, une de collection



DURALEX®



LE VERRE DE TOUS LES ÂGES

En savoir plus



1,534 Likes

Duralex - Des verres pour tous, pour tous les jours et pour toujours ! Ne passez pas à côté d'une vaisselle transmise de génération en génération.





Durablex

Sponsored · 

Transparent ou coloré, design ou traditionnel, petite ou grande capacité, vous trouverez toujours le verre Duralex qui vous accompagnera à tous les moments.



durablex.com

Des verres résistants

Voir plus



durablex.com

Une vaisselle pour tous

Voir plus

 100

2 Comments 5 Shares

 Like

 Comment

 Share



Recommandation agence (2025) - Paid Media

Cheerz

Dans le cadre d'un appel d'offre pour Cheerz via l'agence DataShake Studio, j'ai conçu une campagne publicitaire du concept à ses axes créatifs, en utilisant uniquement l'IA générative. L'objectif : booster les ventes de la Cheerz Box pendant les vacances d'été auprès des jeunes parents.

Comment booster les ventes de la Cheerz Box auprès des parents de jeunes enfants, tout en utilisant uniquement l'IA générative ?

Insight

90% des individus ne se souviennent de rien avant leurs 3 ans, et les souvenirs d'enfance deviennent vagues.

Concept

"La Cheerz Box, une capsule de mémoire pour transmettre ce que les enfants oublieront."

Axe créatif retenue : "Mini humains, maxi souvenirs"

Une campagne solaire, complice et joyusement foutraque, comme un été en famille. Les parents deviennent reporters du quotidien, capturant le joyeux bazar des vacances : bêtises, rires, moments volés. Chaque photo devient un trésor à ressortir plus tard. Parce qu'au fond, chaque anecdote mérite d'être racontée —et un peu exagérée au dîner de famille !



Cheerz



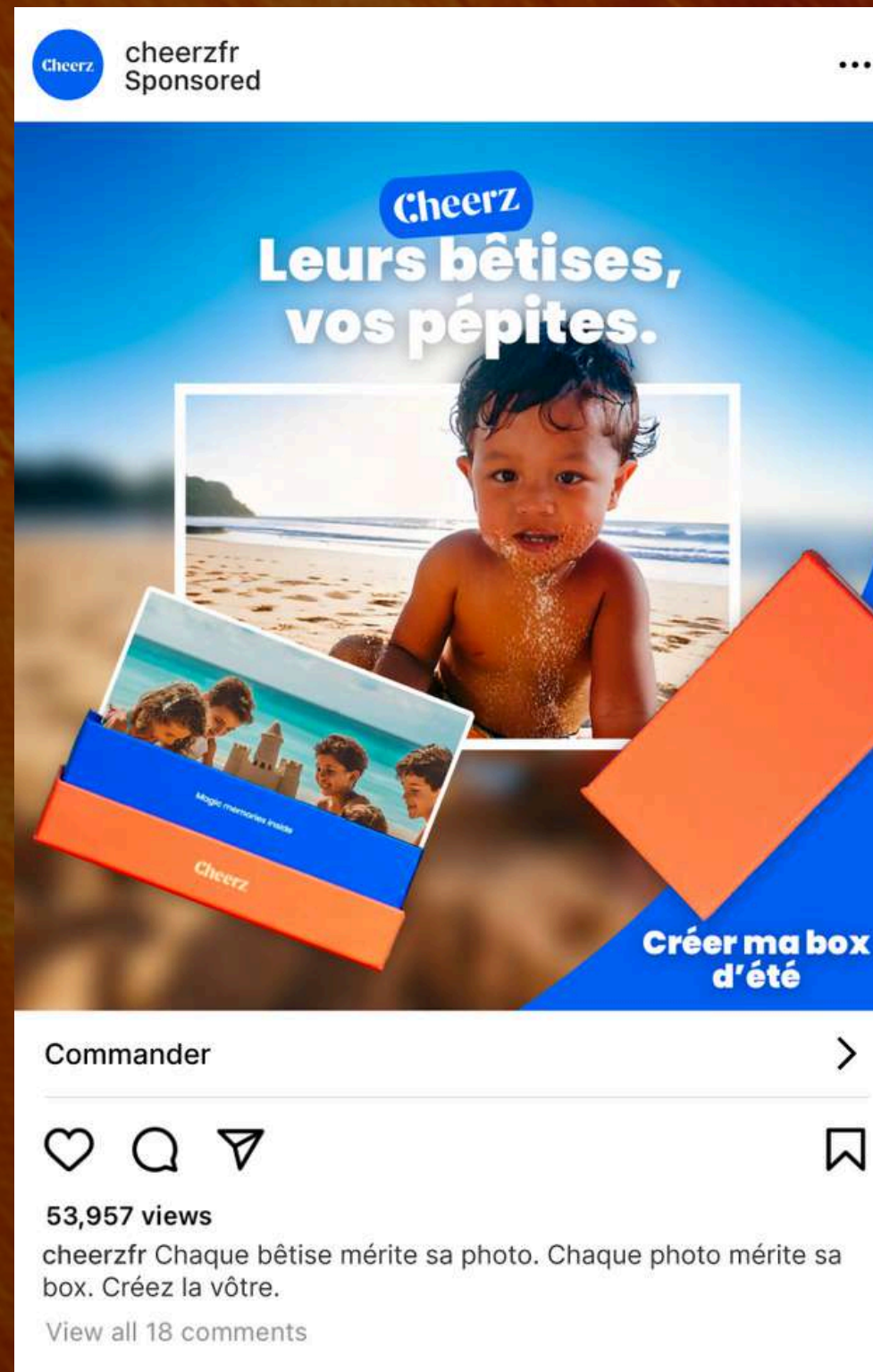
CheerZ

Pour les histoires de demain.

Créer ma box d'été

Magic memories inside

Cheerz



CheerZ

Leurs bêtises, vos pépites.

Créer ma box d'été

Commander >

53,957 views

cheerzfr Chaque bêtise mérite sa photo. Chaque photo mérite sa box. Créez la vôtre.

View all 18 comments



CheerZ

Il l'oubliera. Vous, jamais.

Créer ma box d'été

Commander >

53,957 views

cheerzfr Chaque bêtise mérite sa photo. Chaque photo mérite sa box. Créez la vôtre.

View all 18 comments



Scolaire (2021) - Escape Game (UX/UI)

Eastern State Penitentiary

Ancienne prison emblématique, l'Eastern State Penitentiary est aujourd'hui un musée des horreurs en ruine. Pour attirer plus de visiteurs et améliorer son ROI, le musée nous a confié la création d'une expérience phygitale unique

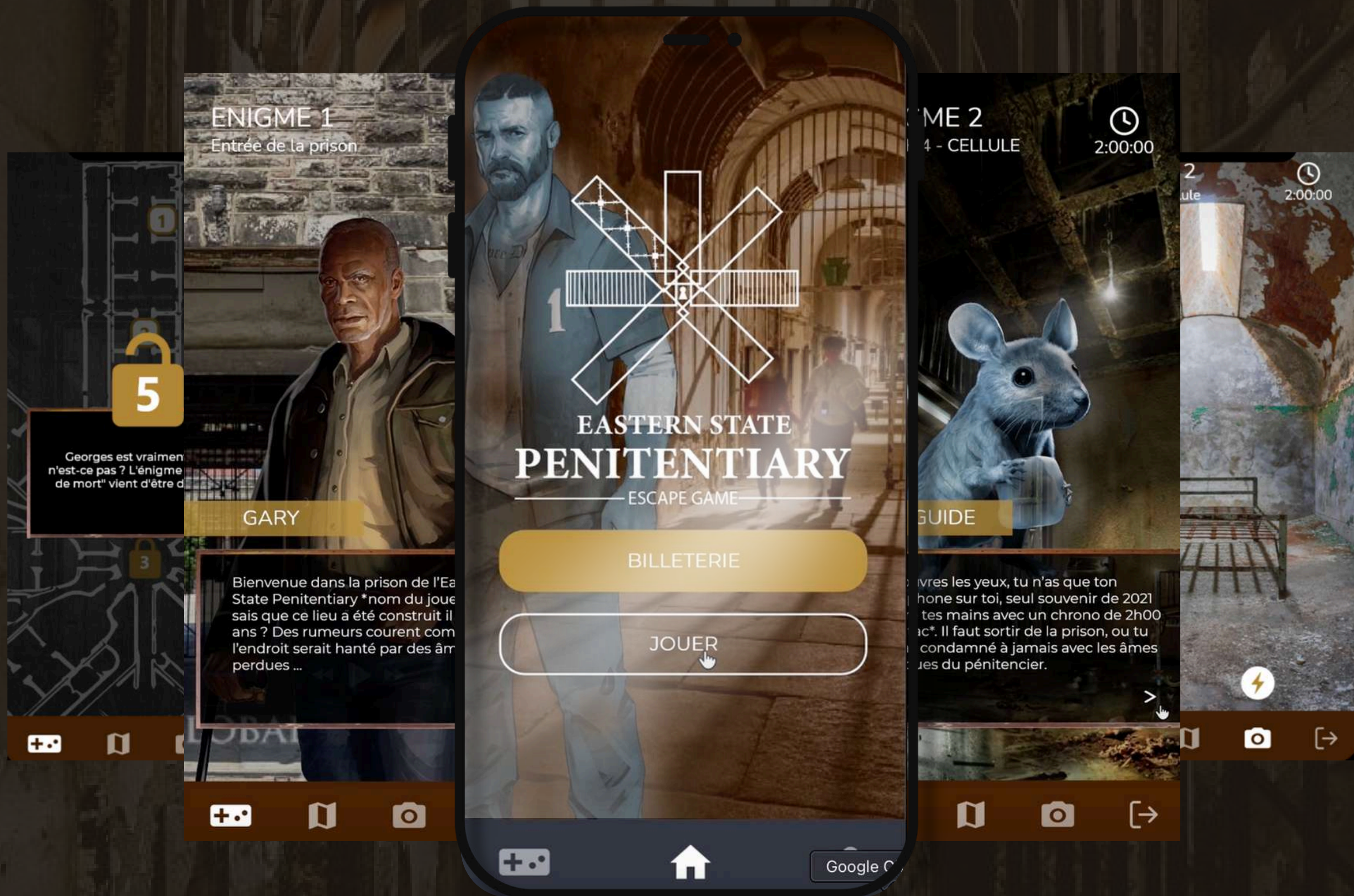
Comment transformer une visite de musée en une expérience immersive et mémorable qui attire et éduque les visiteurs ?

Rôle Graphiste, conception narrative et séquençage de l'histoire, création des jeux, UX/UI (tri par carte, zoning, wireframe, prototype) sur Adobe xD

Concept Réinventer l'expérience d'un lieu hanté : Fusion entre réalité et digital

- Activations clés**
- **Histoires intégrées** : 80 % des énigmes sont basées sur les légendes de la prison
 - **Adaptabilité** : une expérience conçue pour être captivante, mais ni trop effrayante, afin de convenir à un large public
 - **Mise en scène immersive** : Utilisation du téléphone (appareil photo et flash) pour résoudre des énigmes







Recommandation agence - Paid Media

Cut By Fred

Cas pratique pour l'agence Eskimoz visant à relancer les campagnes publicitaires sous-performantes de Cut By Fred. Mon rôle a été de mener une refonte de la stratégie créative, du diagnostic de performance à la conception de nouveaux concepts pour Meta et YouTube.

Comment traduire l'ADN unique de la marque en une stratégie créative qui engage en haut de funnel et convertit efficacement en bas de funnel ?

Insight

Le discours "clean" du marché est sérieux et technique. L'opportunité était d'injecter le caractère audacieux et joyeux de Cut By Fred pour se différencier.

Concept

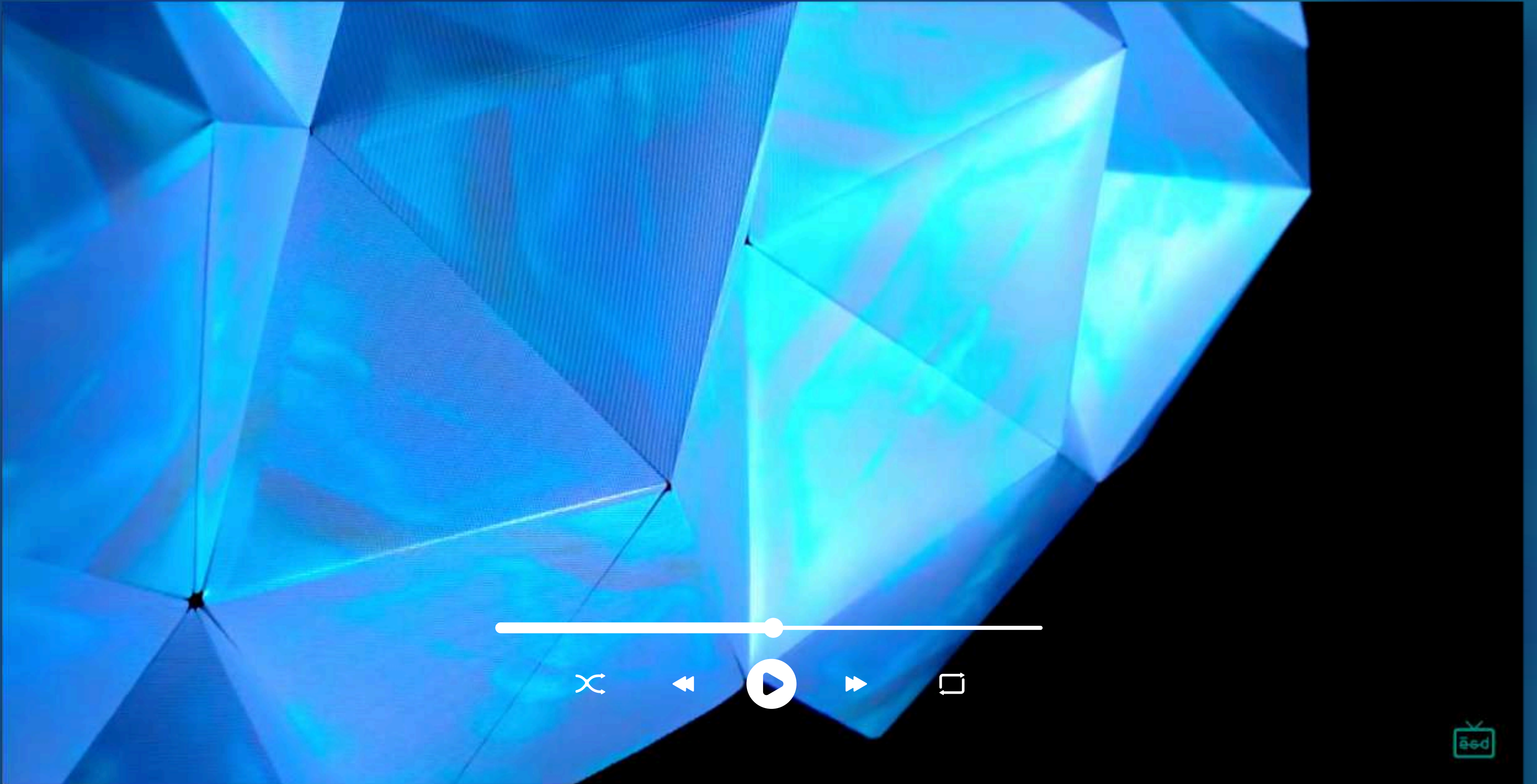
"La Révélation par le 'Clean'" : Le concept n'est plus de "réparer" le cheveu, mais de le révéler en le libérant du superflu pour repartir sur de bonnes bases , faisant ainsi du "clean" un état d'esprit libérateur.

Exécution

- Meta (Notoriété) : Un UGC sur la "libération" et un visuel statique qui "révèle" la marque.
- YouTube (Conversion) : Une vidéo de 30s axée sur la preuve sensorielle pour vendre.

CBF

CLEAN





Proposition d'offre - Freelance (2025)

Digital village

Digital Village est un lieu hybride mêlant coworking, bar et événements dans le 13ème. Pour dynamiser ses Happy Hours, le bar veut offrir des boissons gratuites et cherche un concept original. Souhaitant progresser en installation interactive, j'ai proposé mon aide.

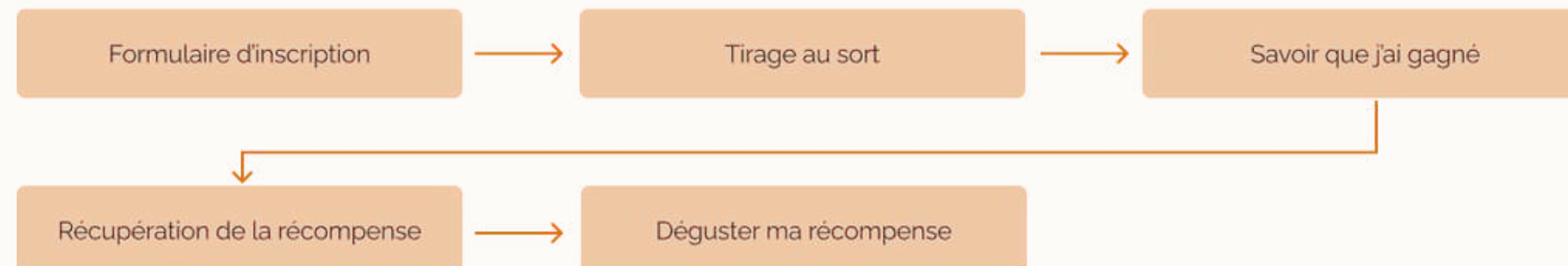
Rôle

UX & UI Designer (Wireframe & Maquette)

Concept

Rendre la happy hour plus interactive et engageante

En tant que client, j'aimerais gagner une bière gratuite



04.

**ET ENCORE
PLEIN D'AUTRES PROJETS**

UN JOUR, ÇA VAUDRA LE COUP

BOMBAY  SAPPHIRE

Un gin,
une infinité de
possibilités.

Découvrir





Seeds



La Nature *s'invite* chez vous

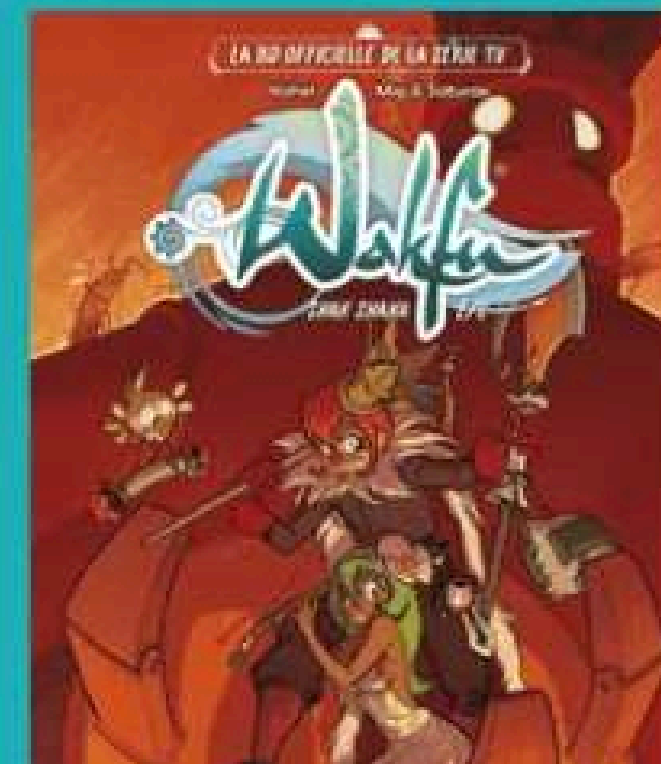
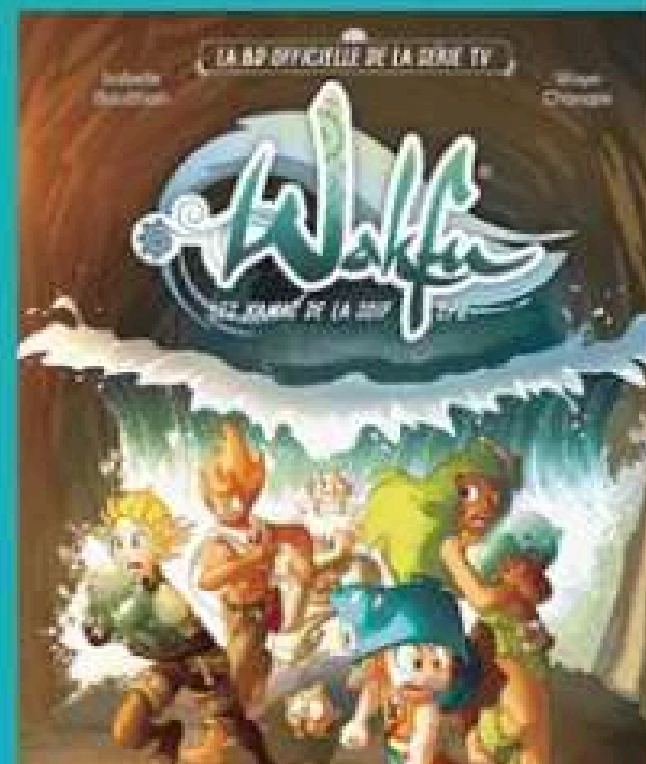
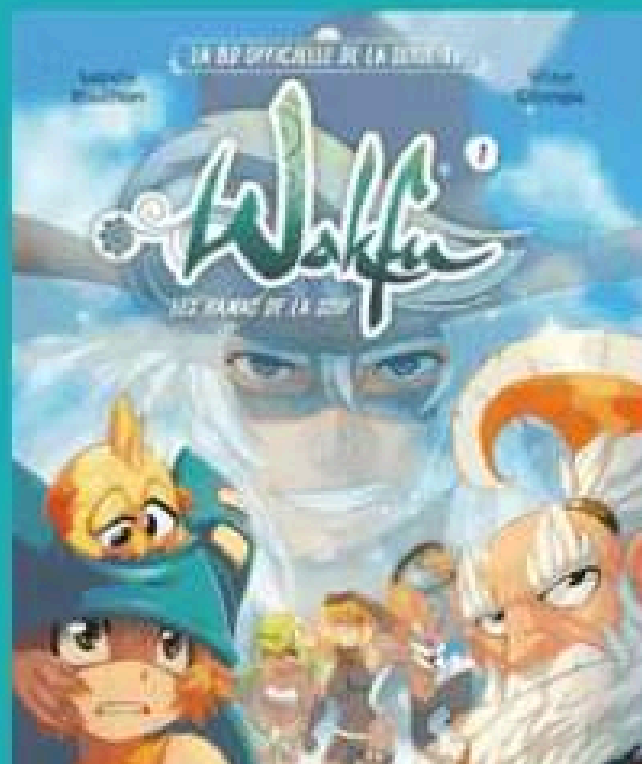
C'EST PARTI

Découvrir Seeds



LA BOUTIQUE

NOS PRODUITS



À VOUS, PARLEZ-MOI DE VOTRE PROJET

TÉLÉPHONE :

+33 6 51 72 45 88

E-MAIL :

nguyk.ren@gmail.com

WEBSITE :

nguykaren-digitalstudio.com

LINKEDIN :

NGUY Karen



RIEN NE COMMENCE TANT QUE TU NE COMMENCES PAS..

K_ΔREN



2025
REPORT
www.nguykaren-digitalstudio.com