

Règlement & Manuel de l'Ingénieur Son

La Sphère Records

Ce document explique, étape par étape, comment utiliser le site et l'espace admin de La Sphère Records : connexion, disponibilités, réservations, fichiers clients, MailSphere, chat d'équipe, codes promo, et la conduite à tenir avec les clients. À lire en entier avant ta première session, et à garder sous la main ensuite.

Sommaire

- Partie 1 — Bienvenue & esprit du studio
- Partie 2 — Charte de conduite avec les clients
- Partie 3 — Se connecter à l'admin
- Partie 4 — Vue d'ensemble des pages admin
- Partie 5 — Le parcours client, de la réservation au paiement
- Partie 6 — Gérer tes disponibilités
- Partie 7 — Une nouvelle réservation : le réflexe à avoir
- Partie 8 — MailSphere, la messagerie interne
- Partie 9 — Chat Équipe
- Partie 10 — Fichiers clients (Cloudinary)
- Partie 11 — Codes promo, Grattage & Fidélité : ce qu'un client peut te présenter
- Partie 12 — Faire connaître le studio (Pub & Partage, Idées Vidéo)
- Partie 13 — Check-list express & erreurs à ne jamais faire
- Partie 14 — Identité visuelle & charte graphique
- Partie 15 — Annexe : comptes, rôles, contacts

PARTIE 1 Bienvenue & esprit du studio

La Sphère Records est un studio d'enregistrement, de mixage et de mastering. Le site lasphererecords.fr n'est pas juste une vitrine : c'est l'outil de travail complet de l'équipe — réservations, paiements, fichiers clients, communication interne, fidélité, codes promo, et même un mini-réseau social (blog) pour les artistes. Ce manuel explique comment tout ça s'articule, concrètement, pour un ingénieur son au quotidien.

Ce manuel s'adresse directement à chacun des quatre ingénieurs son de l'équipe — **LuH, Puck, Kold et Doryan**. Chacun a son propre compte admin, son propre agenda de disponibilités, sa propre boîte MailSphere, et reçoit directement les notifications des réservations qui lui sont assignées. Le studio grandit avec chaque session réussie et chaque client qui repart satisfait — ce manuel est là pour que ça se passe bien à chaque fois, même quand ce n'est pas toi qui as ouvert le studio.

Ce qu'on attend de LuH, Puck, Kold et Doryan, en résumé : être fiable sur ses disponibilités, réactif sur MailSphere et le chat d'équipe, professionnel avec chaque client — et toujours représenter le studio dans son ensemble, pas juste sa propre prestation individuelle.

PARTIE 2 Charte de conduite avec les clients

Un client qui réserve avec LuH, Puck, Kold ou Doryan choisit un ingé en particulier — mais il choisit d'abord La Sphère Records. Tout ce que tu dis ou fais pendant une session engage l'image du studio entier, pas seulement la tienne. Voici les règles non-négociables :

Ne jamais dénigrer le studio ou l'équipe

- Ne jamais critiquer devant un client LuH, Puck, Kold ou Doryan, une décision du studio, un tarif, ou un choix technique fait par l'un d'entre eux.
- Si un client se plaint d'une session passée avec LuH, Puck, Kold ou Doryan, on écoute, on note, on remonte en interne (chat équipe ou MailSphere) — on ne donne jamais raison au client contre LuH, Puck, Kold ou Doryan en direct.
- Ne jamais dire à un client que 'le site a des bugs', que 'l'admin est mal fait', ou toute remarque qui abîme la confiance dans l'outil — si tu as un vrai problème technique, c'est à l'équipe (LuH, Puck, Kold, Doryan) qu'on en parle, jamais devant un client.
- Ne jamais laisser penser qu'un service est 'moins bien' quand il est fait par LuH, Puck, Kold ou Doryan plutôt qu'un autre : les quatre représentent le même niveau d'exigence.

Le ton avec les clients

- Chaleureux et direct, jamais froid ni condescendant — même face à un artiste débutant qui ne connaît pas le vocabulaire technique.
- On explique plutôt qu'on juge : si un fichier envoyé est mal préparé, on montre comment bien faire la prochaine fois, sans faire sentir au client qu'il a 'mal fait'.
- On reste positif sur le travail du client, même quand techniquement il y a beaucoup à reprendre — on valorise l'intention avant de corriger la technique.
- On ne promet jamais un résultat, un délai ou un tarif qui n'est pas confirmé sur le site ou par l'équipe — en cas de doute, on dit 'je te confirme ça très vite' plutôt que d'inventer une réponse.

Confidentialité

- Les projets des clients ne se partagent pas, ni en interne au-delà de ce qui est nécessaire, ni a fortiori en externe (réseaux sociaux, autres clients) sans autorisation explicite.

- Les informations de contact, coordonnées bancaires ou codes promo personnels d'un client ne sortent jamais du cadre de l'admin.

Face à un client qui compare les prix ou négocie

Un client va parfois te dire qu'il a trouvé moins cher ailleurs, ou te demander une remise en dehors des codes promo prévus sur le site. Dans ce cas, on ne se braque pas, mais on ne se rabaisse pas non plus — on ne négocie jamais un tarif à la baisse sur un coup de tête pour retenir un client.

- On ne négocie pas les tarifs affichés en direct avec un client, quelle que soit l'insistance — les seules réductions valables sont celles prévues par le site (codes promo, fidélité, parrainage, grattage).
- Si un client mentionne un tarif plus bas ailleurs, on reste factuel et confiant, sans agressivité : on lui dit qu'il est bien sûr libre d'aller voir ailleurs, mais qu'un tarif nettement plus bas s'explique presque toujours par une différence réelle de matériel, d'expérience ou de qualité de finition — pas par un cadeau qu'on nous ferait à nous.
- On ne dénigre jamais un concurrent nommément ni son travail — on défend la valeur de ce qu'on propose, pas en attaquant les autres.
- On ne doute jamais de son propre travail à voix haute devant un client pour justifier un tarif — la confiance dans son savoir-faire fait partie du service.

■ En cas de désaccord avec un client

Ne jamais régler un désaccord ou une insatisfaction en direct de manière définitive (remboursement, session refaite gratuitement, etc.) sans en parler d'abord à l'équipe via le Chat Équipe ou MailSphere. On reste courtois, on prend le temps de la session, et on gère la suite en interne.

PARTIE 3 Se connecter à l'admin

L'admin est accessible depuis `admin.html` (lien discret en bas du site). Chaque ingé a son propre pseudo et son propre mot de passe — ne jamais partager ses identifiants, même entre LuH, Puck, Kold et Doryan.

Comment ça marche techniquement

- Tu saisis ton pseudo et ton mot de passe dans le formulaire de connexion.
- La session reste active 12h, ensuite il faut se reconnecter — c'est normal, c'est une mesure de sécurité.
- Selon ton rôle, certaines pages peuvent être masquées (par exemple les Finances, réservées au gérant) — si une page te manque et que tu penses en avoir besoin, demande à l'équipe.

Si tu n'arrives pas à te connecter (mot de passe refusé, page blanche), ne réessaie pas 10 fois de suite — préviens directement l'équipe via un autre moyen (téléphone, autre compte) plutôt que de rester bloqué.

PARTIE 4 Vue d'ensemble des pages admin

Voici toutes les pages disponibles dans la sidebar de l'admin, et à quoi chacune sert concrètement. Certaines te seront plus utiles au quotidien (Réservations, Disponibilités, MailSphere) que d'autres (Finances, Influenceurs) — mais il est utile de savoir que tout ça existe.

Page	À quoi ça sert
Dashboard	Vue d'ensemble : visites en direct, chiffres clés, Kanban en cours, clients récents.
Kanban	Tableau de suivi des projets en cours, à faire glisser-déposer d'une colonne à l'autre selon l'avancement.

Page	À quoi ça sert
Clients	Fiches clients complètes : historique, coordonnées, notes. Filtre 'Inactifs' pour repérer qui recontacter.
Réservations	Toutes les réservations du site + possibilité d'ajouter une réservation faite hors-site (espèces, virement...).
Fichiers clients	Consultation des fichiers audio des projets (stockés sur Cloudinary), téléchargement et suppression.
Disponibilités	Ton propre agenda : tu bloques/débloques tes créneaux pour que les clients puissent réserver.
Codes promo	Création et suivi des codes de réduction (roulette, grattage, parrainage, ponctuels).
Liste d'attente	Clients à recontacter en priorité si un créneau complet se libère.
Avis & commentaires	Modération des avis du site et des commentaires du blog avant publication.
La Sphère Finance	Comptabilité auto-entrepreneur — visible uniquement par le gérant et le rôle Compta.
Fidélité	Suivi des points de fidélité des clients, ajout manuel de points.
Chat équipe	Messagerie de groupe instantanée entre tous les membres de l'équipe.
Modèles messages	Réponses toutes prêtes à copier-coller (email, WhatsApp, DM).
Pub & Partage	Guide et messages prêts à l'emploi pour promouvoir le studio sur les réseaux.
Idées Vidéo	Liste d'idées de vidéos à tourner pour le studio, avec scripts prêts, à cocher en équipe.
Influenceurs	Codes promo personnalisés par influenceur, avec suivi des ventes générées.
MailSphere	Messagerie privée interne façon Gmail — voir Partie 8, c'est l'outil que tu utiliseras le plus.

PARTIE 5 Le parcours client, de la réservation au paiement

Comprendre ce que le client vit avant d'arriver en session t'aide à savoir ce qu'il sait déjà, et ce qu'il attend. Voici les 5 étapes exactes de la réservation sur [reservation.html](#) :

Étape 1 — Choix de l'ingé son

Le client choisit directement l'ingé avec qui il veut travailler (toi, Puck, Doryan ou Kold). Ce n'est jamais assigné automatiquement — s'il t'a choisi, c'est volontaire.

Étape 2 — Choix du service

Session studio, mix (standard/pro), mastering, mix + mastering, retouche de titre, forfaits EP/Album, packs BandLab, ou crédits d'heures déjà achetés.

Étape 3 — Date & horaire

Le client choisit un créneau parmi TES disponibilités déjà renseignées dans l'admin (voir Partie 6) — d'où l'importance de les tenir à jour.

Étape 4 — Informations

Nom, email, téléphone, type de projet, et une case 'notes / demandes particulières' — lis toujours cette case avant la session, elle contient parfois des infos utiles (instruments apportés, style recherché...).

Étape 5 — Paiement

Carte bancaire (Stripe) ou Revolut, avec possibilité d'acompte de 50% et de codes promo. Une fois payé, la réservation est enregistrée et toi (l'ingé assigné) reçois automatiquement une notification dans MailSphere.

PARTIE 6 Gérer tes disponibilités

Page admin concernée : Disponibilités. C'est TON agenda — chaque ingé gère le sien indépendamment, un client ne peut réserver que sur les créneaux que tu as laissés ouverts.

- Choisis l'affichage qui te convient : par heures, jours, semaines ou mois.
- Sélectionne les jours ou créneaux à bloquer, puis clique 'Bloquer la sélection' (rouge foncé = journée bloquée, rouge clair = créneaux bloqués).
- Pour libérer un créneau que tu avais bloqué par erreur, sélectionne-le à nouveau et clique 'Débloquer la sélection'.
- Mets à jour tes dispo le plus tôt possible — un créneau non bloqué alors que tu n'es pas dispo, c'est un client qui réserve pour rien.

■ Règle d'or

Si tu sais à l'avance que tu ne seras pas dispo (vacances, imprévu), bloque tes créneaux dès que possible. Un changement de dernière minute sur une réservation déjà confirmée doit être géré en direct avec le client ET signalé à l'équipe.

PARTIE 7 Une nouvelle réservation : le réflexe à avoir

Dès qu'un client réserve une session avec toi comme ingé assigné, voici ce qui se passe automatiquement, et ce que tu dois faire de ton côté :

Ce qui se passe automatiquement

- La réservation apparaît dans la page Réservations de l'admin.
- Un message de notification t'arrive automatiquement dans ta boîte MailSphere (expéditeur affiché : 'MailSphere'), avec le récapitulatif complet : client, service, date, créneau, montant, référence.
- Le client reçoit un email de confirmation, et si c'est sa première commande, un code de réduction cadeau pour la prochaine fois.

Ce que tu dois faire

- Ouvrir MailSphere régulièrement (au moins une fois par jour) pour ne pas rater une nouvelle réservation.
- Lire le récapitulatif en entier, en particulier les notes/demandes particulières du client.
- Mettre à jour la carte du projet dans le Kanban si besoin, pour que toute l'équipe suive l'avancement.
- En cas de doute sur un service ou une demande, demander en Chat Équipe avant la session plutôt que le jour même.

PARTIE 8 MailSphere, la messagerie interne

MailSphere est la messagerie privée de l'équipe, avec une interface façon Gmail/iCloud Mail. C'est l'outil que tu utiliseras le plus souvent au quotidien — c'est là qu'arrivent tes notifications de nouvelles réservations, et c'est là que l'équipe communique par écrit de façon organisée (contrairement au Chat Équipe qui est plus pour du rapide/informel).

Les dossiers

- Reçus — tes messages entrants, dont les notifications automatiques de réservation.
- Envoyés — les messages que tu as toi-même envoyés à LuH, Puck, Kold ou Doryan.
- Indésirables — pour ranger ce qui n'est pas prioritaire sans le supprimer définitivement.
- Corbeille — messages supprimés, récupérables tant qu'ils n'ont pas été effacés définitivement.

Mode sombre / clair

Un bouton à côté du logo MailSphere permet de basculer entre thème clair et thème sombre selon ta préférence — ton choix est mémorisé automatiquement pour les prochaines fois.

Répondre à un message

Utilise toujours le bouton 'Répondre' depuis le message ouvert plutôt que de créer un nouveau message à la main — ça garantit que ta réponse part au bon destinataire, surtout si tu consultes le message depuis le dossier Envoyés.

Qui reçoit quoi

Chaque ingé a sa propre boîte, identifiée par son rôle (toi, Puck, Doryan, Kold). Les notifications automatiques de commande sont envoyées par 'MailSphere' (compte système) directement dans la boîte de l'ingé assigné à la réservation — tu ne reçois donc que les commandes qui te concernent.

PARTIE 9 Chat Équipe

Le Chat Équipe est un salon de discussion unique et commun à toute l'équipe (pas de conversations séparées) — c'est l'endroit pour les échanges rapides et informels du quotidien : une question sur un client, un imprévu, une info à partager vite.

- Utilise le Chat Équipe pour l'urgent/rapide, et MailSphere pour ce qui doit rester tracé et organisé (récap, décision importante, historique).
- Un badge de notification t'indique les nouveaux messages non lus depuis ta dernière visite.
- Reste courtois même en informel — ce salon est lu par toute l'équipe, gérant compris.

PARTIE 10 Fichiers clients (Cloudinary)

La page Fichiers clients permet de consulter, télécharger et supprimer les fichiers audio des projets, stockés sur Cloudinary et organisés par dossier au nom de l'artiste. Un indicateur d'usage affiche le quota de stockage restant (25 Go inclus).

- Actualiser : recharge la liste des fichiers, groupés par artiste.
- Télécharger : ouvre/télécharge directement le fichier.
- Supprimer : à utiliser avec précaution, une confirmation est demandée — cette action est définitive.
- Recherche : filtre rapide par nom d'artiste en haut de la page.

■ Point à vérifier avec l'équipe technique

Cette page dépend d'un système de fichiers (Cloudinary) relié à un hébergement séparé du reste du site. Si le bouton 'Actualiser' ne charge rien ou affiche une erreur, ce n'est probablement pas une erreur de manipulation de ta part — signale-le immédiatement en Chat Équipe plutôt que de réessayer en boucle, le temps que ce soit vérifié côté technique.

Important : à ce jour, il n'existe aucun bouton permettant à un client d'envoyer lui-même ses fichiers depuis le site. Si un client doit t'envoyer des fichiers (stems, projet à mixer...), demande-lui de te les envoyer par un moyen externe (WeTransfer, email, lien de partage) — précise-le-lui clairement à la réservation si besoin, pour éviter qu'il

attende un lien d'upload qui n'existe pas sur le site.

PARTIE 11 Codes promo, Grattage & Fidélité

Un client peut arriver avec un code de réduction obtenu de différentes façons. Voici ce qu'il faut savoir pour ne pas être pris de court :

- Le Grattage : un jeu sur le site où un client gagne, avec de la chance, un code de réduction (-10/-15/-20%) — un ticket gratuit par jour, ou des tickets bonus payants par lot, toujours avec les mêmes chances de gain.
- Le parrainage : un client qui recommande le studio à un proche gagne un cashback sur la réservation parrainée.
- La fidélité : chaque achat fait gagner des points, visibles sur la carte de fidélité du client.
- Les codes influenceurs : certains créateurs de contenu ont un code personnel avec une réduction dédiée.
- Un code cadeau 'merci' automatique après une première commande, valable 48h.

Dans tous les cas, un code de réduction se saisit sur la page de réservation elle-même, à l'étape paiement — tu n'as normalement rien à faire manuellement. Si un client te demande d'appliquer un code 'à la main' ou en dehors du site, réoriente-le vers la case code promo de la réservation, ou vers l'équipe si le code ne fonctionne pas.

PARTIE 12 Faire connaître le studio

Chaque ingé peut contribuer à faire venir de nouveaux clients — deux pages de l'admin sont faites pour ça :

Pub & Partage

Un guide d'équipe avec des messages prêts à copier-coller pour prospecter (DM après un son repéré, story, relance d'un ancien client...). L'idée : viser les artistes qui postent des sons pas encore mixés, avec un message court, sincère, jamais copié-collé à froid.

Idées Vidéo

Une liste de vidéos à tourner pour les réseaux du studio (avant/après, coulisses, conseils, storytelling...), chacune avec 5 scripts prêts à l'emploi (accroche, plan par plan, légende, durée). Coche une idée une fois tournée pour que toute l'équipe suive l'avancement, et n'hésite pas à en ajouter de nouvelles.

PARTIE 13 Check-list express & erreurs à ne jamais faire

À faire, toujours

- Tenir tes disponibilités à jour dans l'admin.
- Consulter MailSphere et le Chat Équipe au moins une fois par jour.
- Lire les notes/demandes particulières du client avant chaque session.
- Rester positif et professionnel, quelle que soit la qualité technique du projet du client.
- Représenter le studio dans son ensemble, pas seulement ta propre prestation.

À ne jamais faire

- Dénigrer LuH, Puck, Kold ou Doryan, une décision du studio, ou le site devant un client.
- Promettre un tarif, un délai ou un remboursement non confirmé par l'équipe.

- Partager des projets clients ou des informations personnelles sans autorisation.
- Régler seul un désaccord client sans en informer l'équipe.
- Partager tes identifiants admin avec qui que ce soit.

PARTIE 14 Identité visuelle & charte graphique

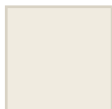
Tout le site — pages publiques, jeux (grattage), admin, MailSphere — suit la même identité visuelle, pour que le studio soit reconnaissable partout, y compris quand tu crées toi-même du contenu (vidéos, visuels, stories). Voici comment elle est construite.

La palette de couleurs



Noir studio (fond principal) — #080808

Fond de toutes les pages sombres du site — l'ambiance générale est volontairement sombre, façon studio/salle de contrôle.



Blanc cassé (texte principal) — #F0EBE0

Jamais de blanc pur : le texte est en blanc cassé/ivoire sur fond noir, plus doux à l'œil et plus 'chaleureux' qu'un blanc froid.



Rouge Sphère (couleur de marque) — #CC1122

La couleur d'accent principale : boutons d'action, liens actifs, logo, accroches. C'est LA couleur qui identifie La Sphère au premier coup d'œil.



Or (réussite / premium) — #D4AF37

Réservé aux éléments de récompense ou de valorisation : gains au grattage, bordures des lots à gagner, accents premium — jamais utilisé pour un bouton d'action classique.



Argent / chrome (accent secondaire) — #C0C0C0

Utilisé pour les libellés discrets, les petits textes en majuscules espacées, en complément du rouge.

Le site propose aussi un mode clair (basculer soleil/lune sur la page d'accueil, et bascule dédiée dans MailSphere) : dans ce mode, les couleurs s'inversent intelligemment plutôt que d'être simplement réappliquées telles quelles — le fond devient clair, le texte devient sombre, en gardant le rouge comme unique fil conducteur entre les deux ambiances.

La typographie

- Bebas Neue — la police des titres, très verticale et impactante (utilisée pour le nom du studio, les gros titres, les boutons d'action). C'est elle qui donne le ton 'affiche/label' du site.
- DM Sans — la police de tous les textes courants (paragraphe, formulaires, menus), plus douce et très lisible, pour ne jamais fatiguer l'œil sur du texte long.

Le logo

Le logo de La Sphère Records existe en version détournée (fond transparent), pensé pour être posé sur fond sombre — c'est sur un fond noir ou très foncé qu'il ressort le mieux. On le retrouve aussi bien en grand sur les pages d'accueil qu'en tout petit, inséré au centre d'éléments circulaires (comme la roue du jeu de grattage) grâce à un habillage rond dédié. Règle simple à respecter si tu crées un visuel toi-même : toujours lui laisser de l'espace autour, ne jamais l'écraser sur un fond clair ou chargé, ne jamais le déformer.

L'ambiance générale

- Fond sombre avec des halos de lumière rouge/or diffus en arrière-plan sur les pages 'jeux' (grattage) — une ambiance feutrée façon casino haut de gamme, jamais criarde.

- Boutons avec un léger effet de profondeur (ombre portée, léger mouvement au survol) plutôt que plats — ça donne une sensation 'premium' et réactive.
- Cartes et encadrés avec des bordures fines et discrètes plutôt que des blocs pleins — la couleur sert à guider l'œil, pas à saturer l'écran.

■ À retenir si tu produis du contenu (vidéo, visuel, story)

Reste sur fond sombre avec des touches de rouge (#CC1122) pour l'accroche et d'or (#D4AF37) uniquement pour un gain/une bonne nouvelle — évite le blanc pur, préfère toujours le blanc cassé, et laisse toujours de l'air autour du logo.

PARTIE 15 Annexe : comptes, rôles, contacts

Ingé / rôle	Ce que ça donne accès à
LuH (gérant)	Accès complet : toutes les pages admin, y compris Finances.
Doryan	Accès ingé son standard (Réservations, Disponibilités, MailSphere, Chat, Fichiers...).
Puck	Accès ingé son standard.
Kold	Accès ingé son standard.
Compta	Accès Dashboard + Finances uniquement.

En cas de question non couverte par ce manuel, ou de doute sur une situation avec un client : Chat Équipe pour l'urgent, MailSphere pour ce qui doit rester tracé. Ce document sera mis à jour à mesure que le site évolue — n'hésite pas à signaler ce qui manque ou ce qui a changé.

La Sphère Records — Manuel interne ingénieur son — usage strictement interne, ne pas transmettre à un client