

PROJET «CONSULTANT JUNIOR»

MARKETING-VENTE / E-MARKETING

(Etudiants fin d'études)

L'EMLV, Ecole de Management Léonard de Vinci, mobilise ses étudiants de 5^{ème} année sur le projet «**Consultant Junior**».

Dans le cadre de cette mission d'étude, les étudiants, par groupe de 2 à 4, contribuent à la résolution d'une problématique concrète de l'entreprise dans les domaines **Marketing-Vente et E-Marketing**.

Les étudiants

- Le groupe d'étudiants fonctionne comme une équipe de «**Consultants Juniors**» et bénéficie de l'encadrement d'un enseignant.
- Les étudiants «**Consultants Juniors**» doivent mener toutes les étapes d'une mission de conseil, depuis l'analyse des données, la reformulation de la problématique, jusqu'aux recommandations opérationnelles.
- Deux profils d'étudiants, issus de spécialisations différentes :
 - ▶ **Marketing et Distribution** : profil d'étudiants marketing/commercial pour des grandes entreprises, des distributeurs et des PME
 - ▶ **Digital Marketing Strategy** : profil d'étudiants e-marketing, e-relation, e-business

Les encadrants

Les étudiants sont encadrés par des professeurs, professionnels confirmés, qui outre l'enseignement, développent des activités d'études et de recherche avec les entreprises.

Quelques exemples de projets réalisés

MARKETING-VENTE

- Audit marketing et commercial d'un portefeuille de produit ou d'une activité
- Audit de la performance globale d'une PME/PMI avec un focus sur le business development
- Compréhension des consommateurs et de leurs motivations, des usages et des attitudes à l'égard des produits/services
- Stratégie de fidélisation clientèle
- Analyse de la stratégie de développement de la concurrence (benchmarking), des distributeurs et/ou des fournisseurs
- Création d'un dispositif de veille concurrentielle
- Optimisation des performances d'un réseau de distribution et conception d'outils de prospection à destination de la force de vente
- Etude d'opportunité pour la création d'une activité innovante : diversification, transfert, création
- Rédaction du book marketing opérationnel à destination d'un réseau d'agences

E-MARKETING

- Mise en place d'une communauté
- Politique de communication sur les réseaux sociaux
- Refonte de site web et mis en place d'une politique de communication
- Développement d'une campagne d'e-mailing
- Analyse concurrentielle et veille concurrentielle avec recommandations d'action
- Optimisation du référencement
- Conception de modèles économiques novateurs utilisant l'outil Business Model Canvas
- Étude de la stratégie de marque et recommandations pour le (re)positionnement, la segmentation, le ciblage
- Développement de l'e-réputation d'une marque, avec des outils du Web 2.0 (social gaming, cross-channel, marketing viral, géolocalisation mobile).

LES AVANTAGES POUR L'ENTREPRISE :

- Disposer de ressources humaines externes gracieuses pour résoudre une problématique liée aux domaines : marketing, commercial, e-marketing.
- Un total de 15 jours sur 4 mois consacrés à la résolution du problème.
- L'encadrement des «**Consultants Juniors**» par des professeurs, professionnels confirmés.
- Le bénéfice d'un regard neuf sur la problématique.

LES ENGAGEMENTS DE L'ENTREPRISE :

- La définition d'une problématique précise, claire, associée à des objectifs mesurables et accessibles.
- L'identification, parmi ses collaborateurs, d'un chef de projet qui rédigera un « brief » précis et assurera des points de contrôle réguliers (en face à face ou à distance).
- **L'implication du chef de projet : suivi hebdomadaire du groupe d'étudiants et participation au jury de soutenance.**

LES ENGAGEMENTS DE L'EMLV :

- Une mission gérée par le groupe des «**Consultants Juniors**», étudiants de 5^{ème} année.
- La vérification de la faisabilité du projet sur 15 jours/homme répartis sur 4 mois.
- La validation, avec l'entreprise, que cette problématique peut être traitée par des étudiants de fin d'études.
- La garantie que le professeur responsable du groupe des «**Consultants Juniors**» assurera des points de contrôle réguliers, en face à face ou à distance, avec le chef de projet de l'entreprise.

LE DEROULEMENT DE LA MISSION :

Jusqu'à mi juillet

- proposition des sujets par les entreprises et validation des sujets avec les enseignants

2ème quinzaine septembre

- constitution des groupes de «Consultants Juniors», affectation des missions
- présentation du « brief » par le chef de projet de l'entreprise, qui sera l'interlocuteur de l'équipe «Consultants Juniors»

1^{ère} quinzaine octobre à mi-janvier

- déroulement de la mission, à raison d'un jour par semaine, pour l'équipe «Consultants Juniors»

2^{ème} quinzaine janvier

- soutenance du rapport devant le chef de projet de l'entreprise et l'enseignant tuteur



Fiche de proposition de sujet Projet Consultant Junior - 5ème année

L'ENTREPRISE

Nom de l'entreprise _____

Adresse _____

Code Postal _____ Ville _____

Téléphone _____ Fax _____

Site internet www. _____

Secteur d'activité _____

RESPONSABLE DANS L'ENTREPRISE

Nom _____ Prénom _____

Téléphone fixe _____ Téléphone mobile _____

email _____

LE PROJET

Intitulé du projet _____

**Nous vous remercions de bien vouloir retourner cette fiche
avant le 17 juillet à isabelle.avignon@devinci.fr**

Objectifs du projet _____

Résultats attendus _____

Compétences particulières _____

Moyens mis à disposition pour la réussite du projet _____

Confidentialité OUI NON *Barrez la mention inutile*

Date de dépôt du projet _____

Nom et signature	Cachet de l'entreprise