

Stages : quelques missions effectuées par les étudiants

Communication Marque

Chargé(e) de mission marketing

Contribuer à la communication institutionnelle, au business development et à l'information voyageur et innovations sur ses réseaux de transport :

- Contribuer à la préparation des réponses aux appels d'offres en Île-de France sur les enjeux marketing, communication, expérience client et innovation
- Mener des études de connaissance client en amont des appels d'offres : diagnostic, études qualitatives, enquête terrain...
- Concevoir des supports (textes, illustrations, infographie) pour la communication (newsletter, réseaux sociaux, reporting...)
- Accompagner les équipes opérationnelles des réseaux de transport pour des projets de marketing opérationnel : actions de communication et d'information auprès des voyageurs, accompagnement du lancement de nouvelles lignes, animations internes...

Planner stratégique junior

Travailler à la conception, à la rédaction, et à la présentation des recommandations stratégiques, des phases d'exploration projets, de l'observatoire, des conférences
Préparer et participer aux workshops clients (de créativité, d'insightment, de plateforme de marque).
Préparer et participer aux workshops internes (naming).
Contribuer aux études ethnographiques de l'agence (conduite d'interviews et participation au débrief et à l'analyse).

Chef(fe) de marque

Conseils stratégiques

- Participer aux réflexions de planning stratégique autour de la marque et de son positionnement.
- Rédiger une analyse stratégique de marque, positionnement et son univers de concurrence.
- Analyser les comportements et parcours consommateurs sur le secteur, identifier les insights les plus porteurs.
- Trouver des concepts créatifs pour le lancement de collections.
- Elaborer des recommandations stratégiques répondant à des problématiques marketing et digitales.
- Préparer et animer des workshops.

Stratégie de marque et produit

- Participer à la définition du positionnement des produits : gamme, segmentation, packaging, positionnement prix, axes de distribution, choix des actions de promotion ...)
- Enjeu business de lancement
- Construire / piloter le plan de communication pour servir le chiffre, mais également l'image de la marque.

Chargé(e) de marketing digital et communication

Marketing digital CRM

- Rédaction de newsletters / SMS / Bot Messenger / notifications
- Optimisation de la communication avec les abonnés (Implémentation emails automatiques d'onboarding, de relance... etc.),
- Mesure de la satisfaction des abonnés dans l'objectif d'améliorer la fidélité.

Communication

- Accompagnement des relations presse (rédaction de RP, suivi journalistes, relances)
- Soutien dans la gestion des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube... Organisation d'événement Live)
- Création d'un écosystème d'influenceurs autour de la marque (bloggeurs, BookTubers... etc.)

Chef(fe) de projet innovation et design thinking

- Coordination de projets sur le terrain : études ethnographiques et in-situ (shopper, parcours clients, User Experience...), entretiens, focus groups...
- Participation à l'analyse et à l'élaboration de recommandations stratégiques, à la rédaction et à l'illustration de concepts...
- Veille sur l'innovation marques/produits/services et nouveaux usages, création de stimuli pour les sessions de créativité, participation aux brainstorming et sessions de créativité au service des clients, mise en forme de « book » d'innovation...
- Gestion de projets en lien avec les autres pôles d'expertise de l'agence : planning stratégique, chefs de projets et créatifs tous univers (Retail, Consumer, Corporate, Digital...)

Assistant(e) chef de publicité

- Interlocuteur opérationnel auprès de clients internationaux : participation aux réunions clients, relation et gestion quotidienne
- Interlocuteur opérationnel auprès de l'équipe en interne : création/Studio/Production
- Suivi d'un projet complet (de la réception du brief à la livraison de la réception du brief à la livraison, en passant par des pistes de réflexion pour les recommandations stratégiques)
- Participation à la gestion du budget et du planning
- Participation active à la vie de l'agence

Assistant(e) Directeur Artistique

- Conception et réflexion de campagnes publicitaires : activations, films, ...
- Création publicitaire

Data planner

Solutions Data & Audiences : Développement des segments d'audience, en collaboration avec les équipes Infrastructure / Optimisation de la performance des segments / Marketing du produit et développement commercial en collaboration avec les équipes Trading et Client Service

Solutions Reporting & Bilans : Analyse descriptive multidimensionnelle en collaboration avec un Data Analyste / Data visualisation / Valorisation des résultats et recommandations d'optimisation Standardisation des analyses descriptives avancées et automatisation de leur production / Constitution de benchmarks de performances sectorielles

Solutions Mesure & Attribution: Production des études SmartValue en collaboration avec un Data Analyst / Participation à l'amélioration de la solution Marketing du produit et développement commercial en collaboration avec les équipes Client Service et Business

Assistant(e) planning stratégique / new business

Participation au travail d'analyse d'informations, de recueil de données et de sourcing (piges, veilles concurrentielles, synthèse des revues de presse, premiers points de vue marché, etc.)

Élaboration des dossiers de travail (copy review, brand review, analyses de marché, ...)

Participation à l'élaboration des documents de présentation de l'agence (dossiers de candidature, présentations à des prospects, démarches administratives et commerciales, etc.).

Recherche et analyse d'informations sur des thèmes et des marchés précis : piges de la concurrence, copy review, études de tendances, benchmark, etc. Participation à l'élaboration des recommandations stratégiques.

Préparation des présentations au client

29/03/2022