

Master 2 Marque et communication

Assistant(e) International Social Media and Content Manager

- Social Content: Assist with the design and production of the social media calendar and assets, and help LRP improve the quality of content.
- DMI-Agency coordination: Coordinate between internal managers and agency for day-to-day community management, and ensure efficient and clear briefing of content batches to the creative agency.
- International coordination: Keep a close eye on countries content needs and make sure we provide solutions timely.
- Reporting: Track social media performance to identify areas of improvement and high-performing content for scalability.
- Social watch: Set up a regular social watch on social changes (platforms, content, habits, trends, innovations).
- Community management: Contribute to the responsive objective. Follow up with countries and remove all obstacles.
- Help curate UGC for the global page.

Assistant.e chef de projets communication

1. Conseil et accompagnement

- Analyse de la demande du métier, identification du message et suivi du plan de communication ;
- Définition du cahier des charges et coordination des équipes projets dans le respect des délais et du budget ;
- Veille concurrentielle.

2. Conduite de projets 360°

- Pilotage de la conception à la livraison des événements et des outils de communication ;
- Coordination transverse des différents interlocuteurs internes (équipes créatives, logistique, équipes médias, etc.) et externes (prestaires, agences).
- Suivi des différentes étapes du projet, suivi des livrables, conception de guidelines...
- Réalisation du bilan de l'action (synthèse des actions menées, retours sur les résultats etc.)

Assistant.e Communication Interne & Engagement Collaborateurs

Communication Interne :

- Contribuer à l'animation de l'intranet : publication et rédaction d'articles et mise à jour des rubriques et élaboration des analyses pour recommander des améliorations
- Concevoir la newsletter bimensuelle interne
- Participer à la création de supports et contenus de communication (présentations, mailing, podcast, vidéos...)
- Accompagner les différentes équipes de la Division sur leurs besoins en communication (RH, projet immobilier, cybersécurité...)
- Adapter et coordonner les assets de communication pour l'ensemble des régions et notre Manufacture
- Suivre les KPI de nos événements et des enquêtes de satisfaction

Master 2 Marque et communication**Engagement Collaborateur :**

- Contribuer à la préparation et à l'animation d'événements en présentiel ou en digital, destiné à fédérer les équipes en interne (soirées d'entreprise, rencontres président, journées de santé...)
- Contribuer au déploiement des actions d'engagement social (collectes solidaires, projet handicap...)
- Réaliser une veille concurrentielle et proposer des nouvelles actions ou initiatives visant à renforcer le sentiment d'appartenance et l'engagement de nos équipes

Assistant.e concepteur-rédacteur

- Assurer une veille continue
- Participer aux phases de conception avec une team créative confirmée en collaboration avec l'ensemble des pôles de l'agence (planning stratégique et commercial).
- Définir des angles ou formats, proposer des tons
- Storytelling client, écriture de scripts, etc.
- Rédaction contenus (accroches/claims, bannières, etc.)
- Participation au suivi de production des projets

Assistant.e Conceptrice Rédactrice

- Participe à la conception et à la rédaction de tous les textes des messages publicitaires.
- Reçoit le brief (l'exposé) du directeur de création et participe à l'exécution des maquettes, planches concepts, calques, scénarimages (story-boards).
- Participe aux travaux de mise en page, à la recherche de mise en page, à la recherche de typographies et de visuels.
- Participe au contrôle de la qualité de l'exécution des maquettes et documents, prises de vues, stylisme, distribution artistique (Casting), tournages, épreuves de photogravure et impressions, scénarimages (story-boards), et maquettes audiovisuelles.
- Participe au travail nécessaire pour le montage des documents.

Assistant.e Directrice Artistique

1/ Appui à la conception :

- S'approprié les tendances pour les utiliser dans la création
- Se forge une culture publicitaire
- S'intéresse à la conception afin de proposer des idées novatrices / originales
- Travaille son dossier et s'essaie en conception
- Participe au briefing des illustrateurs et/ou roughmen extérieurs et contrôle leurs travaux avec le DA
- Rebondit de manière positive et créative sur les modifications demandées

Master 2 Marque et communication

2/ Réalisation :

- Maîtrise parfaitement les logiciels de PAO pour la retouche photo, le design graphique, la mise en page
- Maîtrise la chaîne graphique
- Possède des qualités visuelles et artistiques lui permettant de sublimer les idées qu'il reçoit
- Réalise les recherches, mises en page (presse, affiches, case board, ...), maquettes, retouches d'images en alliant créativité, rigueur et précision
- Est le garant du code visuel propre aux marques dont il a la charge (charte graphique)
- Contrôle systématiquement les moindres détails afin de garantir une mise en pages « sans faute »
- Soumet systématiquement au Directeur Artistique son travail afin qu'il puisse le contrôler et le valider
- Garantit le respect des délais clients (planning)
- Peut assister le DA dans le suivi de production des campagnes : participe au brief photographe, réalisateur, ...etc...
- Sait monter un story-board et préparer les matériels tests pour un projet de film ou autres média
- Contrôle la mise en conformité technique des éléments destinés à l'impression ou à la publication

Assistant.e New Business et Assistante Chef de Projet

Dans le cadre du new business :

- Participation aux compétitions/ appels d'offres : compréhension des besoins / brief client / analyse et préparation de documents d'analyse (piges, veilles, analyses sectorielles etc.) / coordination interne entre les différentes expertises de l'agence : briefs, planning, rédaction de la réponse, chiffrage du projet.
- Contribution à l'élaboration des documents de présentation de l'agence (participation à l'élaboration de présentations de l'agence, rédaction de case studies etc.)
- Suivi de l'activité du new business afin de veiller au bon déroulement des projets et à une bonne visibilité de l'organisation en interne.

Dans le cadre de la gestion de projet :

- Accompagnement opérationnel et commercial du client
- Prise de brief client et rédaction de comptes rendus
- Analyse de marché et veille
- Suivi du projet en collaboration avec les parties prenantes externes (clients) et internes (stratégie, création, production etc.) : préparation des briefs internes, suivi du planning, du budget, de la production.

Assistant.e Planneur Stratégique

- Soutenir l'équipe stratégique au sens large pour coordonner et réaliser des projets et des activités.
- Suivre et partager régulièrement les tendances inspirantes, le design et les marques clés.
- Participer à la rédaction d'articles de réflexion sur les tendances du secteur.
- Co-organiser des workshops, des sessions d'idées and faire en sorte que tous les scripts soient délivrés à temps.

Master 2 Marque et communication

- Rédiger des briefs préliminaires, des hypothèses de stratégies et des recommandations devant être approuvées par le directeur de la Stratégie et de l'Innovation.
- Organiser des meetings entre l'agence et les clients, prendre des notes et documenter les actions.
- Assister l'équipe proactivement, en contribuant à l'inspiration.
- Etendre ma connaissance des outils de stratégie et de la méthodologie de recherche.
- Assister par la rédaction de notes sur les tendances de l'industrie.

Assistant.e Planneur Stratégique

- Études de cible, analyse des insights consommateurs et des tendances de société.
- Rédaction d'articles
- Veille et analyses concurrentielles.
- Participation à l'élaboration des briefs créatifs ainsi qu'à la rédaction des recommandations stratégiques.

Assistant.e planneur stratégique

- Veille concurrentielle et analyse des stratégies de marques concurrentes
- Analyse et identification des tendances de communication
- Recherches et synthèses documentaires
- Analyses d'études quali & quanti
- Participation aux réunions

Assistant.e Planneur Stratégique Junior

- Accompagnement des équipes Conseil de l'agence dans la formulation de leurs stratégies clients (participation/animation des brainstormings, contribution à l'élaboration des recommandations stratégiques, soutien stratégique des équipes conseils).
- Participer à la détection des tendances social media et à leur partage avec les équipes Conseils (rédaction de notes de tendance, rédaction de blogposts sur le futur du social media, veille sectorielle et veille globale).

Assistant.e planning stratégique

- Recherche et analyse d'informations sur des thèmes et des marchés précis : piges de la concurrence, copy review.
- Études de tendances, benchmark, etc.
- Participer à l'élaboration des recommandations stratégiques.
- Préparer des présentations au client (maîtrise de PowerPoint requise).

Master 2 Marque et communication

Assistant.e stratège

L'assistant.e stratège fera partie du Pôle Stratégie de l'agence. Il/Elle accompagnera l'équipe de la recherche à la recommandation auprès des équipes créatives, conseil et new business de l'agence. Assister les analystes aux recherches d'opportunités stratégiques : analyse de la concurrence, audit de marque, insights consommateurs etc. Participer aux recommandations stratégiques des appels d'offres.

Assistant.e Trade Marketing

Gestion de projets

- Participer à la mise en place des projets institutionnels & saisonniers de la Maison : coordination en interne avec les équipes locales, le département Visual Merchandising et en externe avec les fournisseurs attirés aux projets,
- Assurer le suivi et la mise à jour des projets : base de données Excel, présentation PPT, 3D et rendus,
- Coordonner & évaluer l'activité des échantillons avec les fournisseurs, les équipes locales & la Maison,
- Développer des rapports & présentations PPT sur les activations installées par régions & par pays.

Merchandising & guidelines

- Développer des outils & guidelines pour assurer un meilleur suivi auprès des équipes locales / terrain,
- S'assurer du respect des règles merchandising pour chaque lancement (planogrammes, guidelines installations & produits),
- Assurer le suivi, validation & livraison des « crops » via la plateforme dédiée.

Veille marché

- Assurer une veille et recueillir les tendances et besoins spécifiques du marché (reportage photo et analyse de la concurrence),
- Participer à des visites marchés avec les interlocuteurs région & pays,
- Être un soutien des équipes locales au quotidien & dans le cadre de projets spécifiques et stratégiques (pop-up, lancement de Maisons, événements de vente, etc).

Bras droit CEO

- Community Management : Création de contenu pour les réseaux sociaux Buddy et gestion de la communauté
- Ouverture de nouveaux canaux et réflexion stratégique sur ceux-ci
- Réflexion et mise en place de stratégie acquisition client (digitaux ou physiques) via nos différents canaux
- Gestion de projet pour les campagnes de communication marketing de Buddy
- Aide à la préparation pour les concours de pitch
- Recherche partenariat avec des entreprises en vue d'une levée de fonds

Master 2 Marque et communication

Chargé(e) d'études et insights marketing

- Faire de la veille active sur les initiatives innovantes des marques et les tendances de consommation et de comportements des consommateurs (études, articles, créations publicitaires, conférences, ...) pour alimenter nos différents projets d'études
- Participer à la construction de nos différents projets d'études (phase de production et d'événementialisation)
- Elaborer des dossiers thématiques pour accompagner des projets spécifiques à la régie : RSE, éducation, santé, focus sectoriel, ...
- Mettre à disposition des données & insights auprès des équipes marketings et commerciales : données relatives à l'impact de la publicité pour le cinéma en TV, pige des investissements publicitaires RSE en TV & Radio, ...

Chargé.e d'études Plurimédia Junior

- Participer au suivi international de la visibilité concurrentielle de l'ensemble des maisons du Groupe (Mode, Beauté, Montre, Joaillerie, Vins et Spiritueux) sur les médias payants (Offline et Online), Plurimedia
 - Analyser la visibilité des marques à partir de leurs investissements publicitaires sur les différents médias payants Offline et Online (Presse, TV, Affichage, Cinéma, Radio, Paid Social, Paid Search, Display) : coordonner la récolte de données avec les agences et fournisseurs locaux ainsi que leur consolidation avec les prestataires de données suivant un calendrier spécifique, s'assurer de la qualité de la donnée (check trimestriels), participer à l'élaboration de synthèses trimestrielles : production de rapports « Worldwide » via un fichier automatisé.
 - Production d'analyses d'investissements publicitaires à destination des Maisons du groupe ou du top management suivant les différents besoins.
 - Accompagner les maisons dans leurs besoins en études médias (notamment sur le Digital).
- Ad Hoc Analysis
- Participation aux productions d'études de concurrence et de rapports ad hoc à destination des Maisons (Retombées Editoriales, Social Listening...) selon les besoins des équipes.

Chargé.e de communication

Evénementiel :

- suivre la relation avec les différents prestataires et intervenants (négociations de devis, brief prestataires en amont et sur l'évènement)
- gérer la création des invitations et leurs envois, suivre les relances et les inscriptions des participants
- gérer la logistique des événements le jour J
- réaliser les ordres du jour et les comptes rendus des différentes réunions (avec les clients internes et les prestataires)
- effectuer une veille sur les best practices du secteur
- soutien à la production de reportings
- binôme de l'apprentie communication interne pendant ses périodes de cours

Master 2 Marque et communication

Identité visuelle :

- aider au suivi de production des différents éléments graphiques respectant strictement la charte graphique Banque Transatlantique
- mettre à jour régulièrement la bibliothèque Banque Transatlantique avec les nouveaux templates / supports

Plan Stratégique :

- Contribuer activement à la réalisation du nouveau plan stratégique sur 4 ans (2024-2027) en développant et mettant en œuvre un plan de communication adapté aux thèmes prioritaires identifiés.

Chef.fe de projet communication et marketing

- Coordination de projets de communication multi-leviers ;
- Suivi de la stratégie RP et influence ;
- Organisation et médiatisation d'événements interne ou externe pour le rayonnement de la marque ;
- Mise en place de dispositifs de communication interne ;
- Mise en place de stratégie de contenu ;
- Développement stratégique de mise en place d'emails ou newsletters ;
- Mise en place de stratégies et dispositifs d'inbound marketing ;
- Conception et rédaction scripts vidéo, organisation de tournages et shootings photo en relation avec le studio interne ;
- Préparation de briefs et développement de concepts avec notre studio interne ;
- Élaboration de rétroplannings et reportings ; etc.
- Accompagner les projets de bout en bout : recueil des besoins des équipes, conseil et définition de la meilleure stratégie, suivi de la mise en place, production des contenus, respect des deadlines, reporting etc, en lien avec les différentes expertises de l'équipe et des partenaires.
- Assurer une veille permanente des nouvelles tendances et actualités pour l'ensemble de vos sujets.

Chef.fe de projet Marketing & Communication

1. Stratégie de communication : développer une stratégie de communication globale pour notre entité « Value Engagement Models, Means and Methods », en identifiant les canaux de communication les plus appropriés pour atteindre nos objectifs. Cela comprendra l'utilisation des réseaux sociaux de l'entreprise, de newsletters, de blogs, etc.
2. Contenu : créer du contenu attrayant et informatif pour promouvoir les réalisations et les succès notre entité « Value Engagement Models, Means and Methods ». Cela pourrait inclure des études de cas, des articles de blog, des vidéos, des présentations, etc. Vous devrez travailler en étroite collaboration avec les membres de l'équipe pour recueillir des informations pertinentes et les transformer en contenus percutants.
3. Mesure des résultats: mettre en place des outils et des indicateurs de performance pour mesurer l'impact des actions de communication, analyser les résultats, identifier les opportunités d'amélioration et présenter des recommandations pour optimiser les actions.

Master 2 Marque et communication

Chef.fe de projet Marketing Digital & Web

- Compréhension et mise en œuvre des technologies Web3 (NFTs, crypto-monnaies, blockchain...), mais aussi d'autres technologies émergentes (IA, spatial computing...)
- Aide à la mise en œuvre d'une stratégie web3 depuis la genèse jusqu'à une mise en œuvre opérationnelle
- Accompagnement opérationnel de nos clients sur leurs problématiques de stratégie marketing web3

Mais également :

- Le développement de nouvelles activités au travers de réponses aux appels d'offres et de propositions commerciales
- Le développement ou le renforcement de nos offres au travers de formations, de groupes de travail...
- La politique de publication (articles, études, parutions presse...)
- Participation aux activités de business développement du cabinet

Chef.fe de projet partenariats

- Assister les account managers et les directeurs.trices de clientèle dans le suivi et la production des campagnes : rédaction de briefs / suivi de projet côté commercial / réalisation des bilans des campagnes quanti et quali.
- Participer à la veille actu / sociale pour les annonceurs partenaires et les pitches.
- Aider à la rédaction des présentations de Brut. faites aux partenaires et aux start-ups

Consultant.e en communication Insights Analyst & Social Listening

- Veille web réputationnelle/crise, suivi et reporting quotidien
- Veille et analyse de conversations en ligne (tendances, produits, marques, entreprises, etc.)
- Benchmarks de communication (concurrentiels, tendances, social media, etc.)
- Conduite d'études et analyses (analyse quantitative et qualitative, recherche d'insights, élaboration de pistes stratégiques)
- Décryptage et cartographies de débats/sujets (arguments, acteurs en présence, évaluation de la sensibilité, etc.)
- Analyse média (analyse quantitative et qualitative)

En new bizz, réaliser des analyses qualitatives sur un marché, une marque ou une problématique pour éclairer les enjeux, les parties prenantes...

Consultant.e 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, ...)

Master 2 Marque et communication

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

Planneur/euse Stratégique

- Assurer une veille et un forecast de tendances sur des sujets relevant des divisions Parfums Beauté, Mode, Horlogerie Joaillerie et sur des cibles spécifiques
- Superviser et participer aux rapports analytiques mensuels et ad hoc de social listening : veille et proposition de sujets, rédaction, gestion et révision des rapports
- Consolider des études qualitatives et quantitatives par thème, par pays ou par catégorie de produits
- Optimiser des enseignements d'études existantes : travail, correction, amélioration, aide à la socialisation de rapports et synthèses
- Aider à la socialisation interne des études produites par le département Insight & Foresight : promotion de nos études sur une plateforme de connaissance interne globale, rédaction de newsletters mensuelles pour informer la Maison de nos productions

Planneur/euse Stratégique

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

Planneur/euse Stratégique junior

- Assister le département du planning stratégique dans l'élaboration de recommandations stratégiques et de la rédaction de briefs créatifs
- Réaliser des veilles sectorielles pour les clients de l'agence
- Participer à des focus groups et études de type terrain
- Participer à la rédaction de case studies
- Éclairer l'équipe sur les faits saillants créatifs en France et à l'international

Planneur/euse stratégique junior

- Recherche et analyse d'informations sur des thèmes et des marchés précis : piges de la concurrence, copy review, études de tendances, benchmark, etc.
- Participer à l'élaboration des recommandations stratégiques.
- Préparer des présentations au client (maîtrise de PowerPoint requise).

Master 2 Marque et communication

Stage Assistant(e) Influence Europe

- Coordination et suivi au quotidien des partenariats avec des influenceurs en Europe (gestion des envois, suivi des parutions, création de liens affiliés...)
- Reporting mensuel : analyse des collaborations, comparaison des KPIs principaux, accompagnement de la cheffe de projet pour la stratégie
- Support événementiel de l'équipe PR/Influence et rendez-vous dans nos Appartements avec des influenceurs
- Veille des nouveaux profils émergents sur les différents réseaux sociaux