

Recherche par l'EMLV de sujets Marketing-Vente proposés par des entreprises pour des PROJETS « CONSULTANT JUNIOR » (étudiants fin d'études)



- L'encadrement des «Consultants Juniors» par des professeurs qui sont des professionnels confirmés
- Le bénéfice d'un regard neuf sur la problématique.

LE CONTEXTE :

L'**EMLV**, Ecole de Management Bac + 5 du Pôle Universitaire Léonard de Vinci, propose, dès la 3^e année, une spécialisation **Marketing-vente**, spécialisation qui se poursuit jusqu'à la fin du cursus.

- Dans le cadre de sa réforme pédagogique, l'**EMLV** lance en 2006 le projet «**Consultants Juniors**», mission d'étude réalisée par un groupe de 4 à 5 étudiants de 5^{ème} année, dont l'objectif est de contribuer à la résolution d'une problématique concrète de l'entreprise dans les domaines Marketing-Vente
- Le groupe d'étudiants fonctionne comme une équipe de «**Consultants Juniors**», et bénéficie de l'encadrement des enseignants
- 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.

LES AVANTAGES POUR L'ENTREPRISE :

- Disposer de ressources humaines externes gratuites pour résoudre une problématique marketing
- Un total de 20 jours sur 4 mois consacrés à la résolution du problème

LES MISSIONS POSSIBLES :

Les missions peuvent nécessiter la mise en œuvre d'une démarche marketing globale, ou au contraire se focaliser sur un aspect spécifique que l'entreprise souhaite approfondir. Cependant, il s'agit davantage d'une mission à moyen terme nécessitant une réflexion en profondeur plutôt qu'une mission de très court terme.

Exemples :

- Audit marketing et commercial d'un portefeuille de produit.
- Compréhension du fonctionnement d'un secteur ou d'un marché.
- Anticipation des consommateurs, leurs motivations et freins, les usages et les attitudes à l'égard de certains produits.
- Identification des motifs de départ des clients insatisfaits et préconisations pour les fidéliser davantage.
- Analyse de la stratégie de développement de la concurrence, des distributeurs et/ou des fournisseurs.
- Optimisation de l'offre d'un produit ou d'un service.
- 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.

Recherche par l'EMLV de sujets Marketing-Vente proposés par des entreprises pour des PROJETS « CONSULTANT JUNIOR » (étudiants fin d'études)

- 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.



LE DEROULEMENT DE LA MISSION :

Septembre

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

2^{ème} quinzaine octobre

- 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»

novembre2006 à fin février

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

1^{ère} quinzaine de mars

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

Recherche par l'EMLV de sujets Marketing-Vente proposés par des entreprises pour des PROJETS « CONSULTANT JUNIOR » (étudiants fin d'études)

LES ENGAGEMENTS DE L'ENTREPRISE :

- La désignation par l'entreprise d'un chef de projet qui rédigera un « brief » précis et qui assurera des points de contrôle réguliers (en face à face ou à distance)
- Une implication minimum du chef de projet de l'entreprise, en termes de temps passé (mais cette implication reste très raisonnable dans sa durée, comparable à une relation annonceur/cabinet conseil).

- La définition d'une problématique précise, claire, associée à des objectifs.

LES ENGAGEMENTS DE L'EMLV :

- Une mission gérée par le groupe des «Consultants Juniors», quatre étudiants de 5^{ème} année.
- La vérification de la faisabilité du projet sur vingt jours/homme répartis sur quatre 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.

INTERLOCUTEUR :

**Dominique de MOLO – dre@devinci.fr
Direction des Relations Entreprises - DRE -**