

LE GUIDE DES MÉTIERS





ÉDITO

Dans un monde en constante évolution et en pleine transformation, l'ambition de l'IDRAC Business School est claire : former les managers de demain, premiers acteurs de la transformation sociétale, environnementale et managériale des entreprises. Nos formations, axées autour de 4 thématiques de recherche (Business & Innovation, Finance Responsable, Marketing durable, Achats & Supply chain responsable), vous offrent toutes les clefs pour répondre aux défis des entreprises de demain. Avec ce guide des métiers, nous vous proposons un aperçu des opportunités professionnelles qui vous attendent.

Fidèles à l'état d'esprit de nos fondateurs il y a presque 60 ans de ça, notre pédagogie s'ancre dans le réel en étant centrée sur l'action. Cette pédagogie par l'action est la meilleure garantie d'une acquisition progressive et naturelle des compétences et des savoir-faire et, in fine, d'une intégration professionnelle réussie. Notre maillage territorial nous permet d'offrir un réseau d'entreprises parmi les plus diversifiés des business schools en France. Les témoignages de nos alumni dans ce guide illustrent la diversité des trajectoires professionnelles du fait de ce réseau, tant au niveau national qu'international. « Devenez remarquable » est plus qu'une injonction mais un engagement de l'IDRAC BS à accompagner ses étudiants vers leur plein épanouissement professionnel et personnel. Ce guide en est l'une des illustrations et des premières étapes.

Les équipes
IDRAC BUSINESS SCHOOL

IDRAC BUSINESS SCHOOL

Fondée en 1965, l'IDRAC Business School propose une alternative aux modèles élitistes en se basant sur de profondes convictions humanistes et une pédagogie moderne mettant en valeur les qualités personnelles de chaque étudiant, tout en répondant aux enjeux de l'évolution du marché de l'emploi.

L'IDRAC Business School cherche avant tout à développer toutes les compétences des étudiants pour qu'ils se révèlent comme des professionnels opérationnels, créatifs et à l'écoute... les dirigeants remarquables de demain.

Implantée au cœur des territoires en France comme à l'international, l'IDRAC Business School implique les acteurs économiques locaux dans sa pédagogie et sa recherche qui nourrissent une offre de formations allant de post-bac à bac+5 et des parcours de formation continue.

L'IDRAC Business School répond aux besoins des entreprises en matière de compétences professionnelles et managériales à travers son offre de formation et contribue au développement économique en anticipant les tendances et les évolutions du marché de l'emploi.

CHIFFRES CLÉS

+ 55 ans

d'expérience au service de la réussite et de l'innovation

+ 34 000

alumni réunis dans un réseau solidaire et actif

11

campus en France : Bordeaux, Grasse, Grenoble, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Nice, Paris, Strasbourg, Toulouse

+ 73

universités et écoles internationales partenaires dans + de 30 pays pour faciliter l'ouverture du monde

25 000

contacts en entreprise

90%

des apprenants en poste 6 mois après leur diplôme



Intégrer l'IDRAC Business School c'est devenir membre du réseau des anciens élèves : IDRAC Alumni.

Une communauté qui se compose de plus de 34 000 diplômés en France et à l'international, professionnels du marketing, du commerce et du management.

Le réseau est essentiel à votre insertion professionnelle et au développement de votre carrière. Dès votre arrivée au sein de l'IDRAC Business School et tout au long de votre vie, on vous rappellera l'importance de cultiver son réseau.

DÈS AUJOURD'HUI, REJOIGNEZ-NOUS ET INTÉGREZ UNE COMMUNAUTÉ DYNAMIQUE ET SOLIDAIRE.



**UN ANNUAIRE
DES DIPLÔMÉS**



**UN JOB BOARD
DE STAGE ET D'EMPLOI**



**DES AMBASSADEURS
CAMPUS ET PAYS**



**DES ÉVÉNEMENTS
NETWORKING EN FRANCE
ET À L'ÉTRANGER**



**UN CLUB DES
ENTREPRENEURS,
DES CLUBS MÉTIERS**

LES PROGRAMMES

Tous les programmes IDRAC Business School délivrent des diplômes visés par le contrôle de l'État, reconnus au plus haut niveau des standards académiques et des titres certifiés enregistrés au répertoire national des certifications professionnelles. Et parce que nous croyons que l'apprentissage se réalise le mieux par l'action et l'expérience, la quasi-totalité de nos formations sont disponibles en alternance.

Programme Grande École — CURSUS EN 5 ANS

DIPLÔME VISÉ BAC+5 – GRADE DE MASTER

Bac+5 – Entrée après un Bac, un Bac+2 ou un Bac+3

- Plus d'1 an à l'international
- Plus de 2 ans en entreprise
- 98% d'insertion professionnelle 6 mois après la sortie

Bachelor — CURSUS EN 3 ANS

Bac+3 – Entrée après un Bac ou un Bac+2

- Bachelor Marketing & Business – English Program
- Bachelor Responsable Commercial & Marketing – Titre certifié de Niveau 6
- Bachelor Technico-commercial – Titre certifié de Niveau 6

MBA Spécialisés — CURSUS EN 2 ANS

Bac+5 – Entrée après un Bac+3 ou un Bac+4

- MBA Ingénierie d'Affaires
- MBA Marketing, E-Business & IA
- MBA Achats & Supply Chain Responsables
- MBA Digital Business et Transformation des Organisations

BTS'UP — CURSUS EN 2 ANS

Bac+2 – Entrée après un Bac

- BTS Commerce International
- BTS Management Commercial Opérationnel
- BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client
- BTS Gestion de la PME
- BTS Professions Immobilières
- BTS Support à l'Action Managériale



IL Y A DES
ÉCOLES OÙ
ON SE PERD
ET D'AUTRES
OÙ ON
SE TROUVE.

IDRAC BUSINESS SCHOOL **|| DEVEENEZ || REMARQUABLE ||** ®

INDEX

INDEX

INDEX

IND

10 — 41 BUSINESS & INNOVATION

Directeur commercial	12
Directeur de clientèle	13
Business Developer	14
Chef de secteur	15
Directeur export	16
Ingénieur d'affaires	17
Chef de publicité	18
Technico-commercial	19
Chef des ventes ou d'agence	20
Responsable Grands Comptes	21
Chargé de prescription	22
Agent d'influenceur	23
Directeur général	31
Directeur de centres de profit	32
Dirigeant de start-up	33
Directeur de business unit	34

TÉMOIGNAGES

Clément Giaime, Bachelor 2015	22
Massinissa Hadreb, Bac+5 2012	23
Mareva Jeandel, MME 2011	24
Corentin Lupieri, Bachelor 2014	25
Guerric Monneret, MME 2008	26
Nathalie Sandoz, MGE 1999	27
Ndeye Sarr, MMA 2018	28
David Bintz, Bac+5 2012	35
Rémi Goutarel, MMA 2010	36
Charlotte Malaurie, Bac+5 2010	37
Jérémie Nathan, MGE 1999	38
Lucas Simula , Bac+5 2018	39

40 — 79 MARKETING DURABLE

Directeur marketing	42
Directeur de la communication	43
Responsable marketing opérationnel	44
Marketing business analyst	45
Responsable marketing relationnel et CRM	46
Brand manager	47
Chef de produit	48
Responsable merchandising	49
Responsable Marque Employeur	50
Responsable RSE	51
Chief revenue officer	52
Directeur marketing digital	60
Responsable de stratégie digitale	61
Directeur e-commerce	62
Content manager	63
Responsable éditorial web	64
Data officer	65
Traffic manager	66
Data scientist / Data miner	67
Social media manager	68
Chef de projet web	69
Responsable Experience Client	70
Spécialiste SEM	71
Growth Hacker	72

TÉMOIGNAGES

Pauline Armanet, MME 2008	53
Florent Demars, PGE 2014	54
Benoît Duchatelet, MGE 1996	55
Morgane Le Breton, SDM 2017	56
Antoine Mercadal, Bac+5 2010	57
Thibaud Nicolin, Bac+5 2011	58
Alice Cachera, Bac+5 2014	73
Simon Jacquot, PGE 2020	74
Cristina Mendoza, PGE 2015	75
Robin Palazzolo, Bac+5 2017	76
Victor Rassion, Bachelor 2015	77

78 — 88 ACHATS & SUPPLY CHAIN RESPONSABLE

Directeur des achats	80
Directeur supply chain	81
Responsable sourcing achats	82
Responsable logistique	83
Acheteur	84

TÉMOIGNAGES

Sofia Bougrine, Bac+5 2019	85
Philippine Lyonnet, PGE 2015	86
Fabien Notter, Bac+5 2008	87
Thibaut Weber, MME 2008	88

90 — 102 FINANCE RESPONSABLE

Directeur financier	92
Contrôleur de gestion	93
Auditeur financier	94
Conseiller en fusion et acquisition	95
Analyste KYC (Know Your Customer)	96
Asset Manager	97
Risk Manager	98

TÉMOIGNAGES

Baya Ayadi, PGE 2018	99
Pierre Beuvelot, Bachelor 2012	100
Ikibal Boinali, PGE 2018	101
Maxime Renard, MME 2007	102



BUSINESS INNOVATIO **BUSINESS & INNOVATION** BUSINESS & INNOVATION



LA PARTIE “BUSINESS ET INNOVATION” REGROUPE DES POSTES AXÉS SUR LE DÉVELOPPEMENT DE STRATÉGIES COMMERCIALES NOVATRICES, L’OPTIMISATION DES PROCESSUS ET LA CRÉATION DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS POUR FAVORISER LA CROISSANCE ET LA COMPÉTITIVITÉ DE L’ENTREPRISE.



PRINCIPAUX OBJECTIFS

- Atteindre les objectifs de chiffre d'affaires
- Assurer la commercialisation des produits ou services
- Garantir la rentabilité de l'entreprise
- Favoriser les investissements
- Répondre aux besoins & aux attentes des consommateurs



PRINCIPALES MISSIONS

- Négociation
- Vente
- Développement
- Fidélisation
- Commercialisation
- Relation client
- Expérience client
- Distribution



QUALITÉS NÉCESSAIRES

- Agilité
- Adaptabilité
- Curiosité
- Ténacité
- Relationnel
- Rigueur
- Polyvalence
- Écoute

Directeur commercial



LE DIRECTEUR COMMERCIAL DÉFINIT, ANIME, COORDONNE ET FAIT APPLIQUER LA STRATÉGIE COMMERCIALE EN ACCORD AVEC LA STRATÉGIE GLOBALE DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Piloter**
 - Définir des axes de développement commercial de la structure : segments porteurs, canaux de commercialisation, répartition des objectifs et des moyens, définition de l'offre
 - Définir le plan d'action commercial
 - Mettre en œuvre la politique commerciale
 - Analyse concurrentielle
 - Développer le portefeuille clients grands comptes
- **Coordonner**
 - Diriger les équipes commerciales
 - Fédérer les équipes autour de la politique commerciale
- **Évaluer**
 - Suivre et analyser les résultats commerciaux
 - Mettre en place des audits ou des enquêtes



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Expertises des techniques commerciales
- Méthodes de négociation
- Anglais et autres langues étrangères
- Connaissance des marchés
- Qualités managériales
- Esprit analytique
- Organisation
- Sens de l'écoute et du dialogue
- Empathie
- Résistance au stress

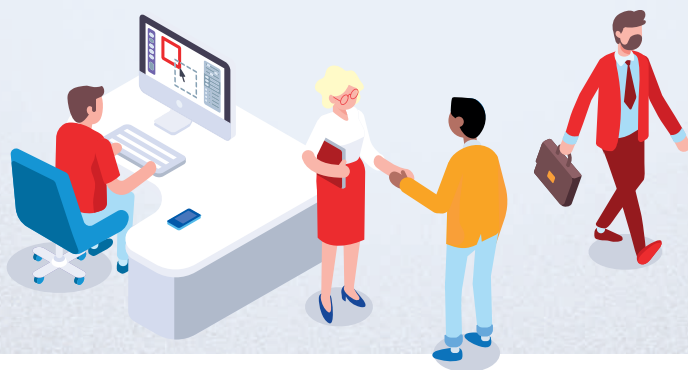


RÉMUNÉRATION

50k€ à 150k€

La rémunération comprend une partie variable qui peut représenter de 10 à 40 % de la rémunération totale.

Directeur de clientèle



LE DIRECTEUR DE CLIENTÈLE ACCOMPAGNE LES CLIENTS DANS LA CONCEPTION ET L'ÉVOLUTION DE LEUR STRATÉGIE DE COMMUNICATION. IL ORGANISE LA MISE EN ŒUVRE DES PRESTATIONS EN S'APPUYANT SUR LES COMPÉTENCES DE L'ÉQUIPE.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Développer**
 - Gérer la relation commerciale
 - Identifier les objectifs commerciaux
 - Valoriser les compétences de l'entreprise auprès des clients
 - Identifier les opportunités commerciales et définir une stratégie de démarchage
 - Piloter le portefeuille client comme un centre de profits
- **Produire**
 - Faire le lien entre les équipes commerciales, créatives, supports et les clients
 - Proposer des recommandations stratégiques en accord avec les objectifs, les besoins et le budget du client
 - Ajuster les objectifs et négocier les budgets
- **Coordonner**
 - Estimer et répartir la charge de travail entre les équipes
 - Piloter la conception des outils
 - Animer des réunions de travail et fédérer les équipes autour des projets



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Aptitudes commerciales
- Compétences en gestion
- Qualités d'analyse
- Aisance rédactionnelle
- Gestion de projet
- Aisance relationnelle
- Disponibilité & capacité d'écoute
- Leadership
- Esprit créatif
- Résistance au stress

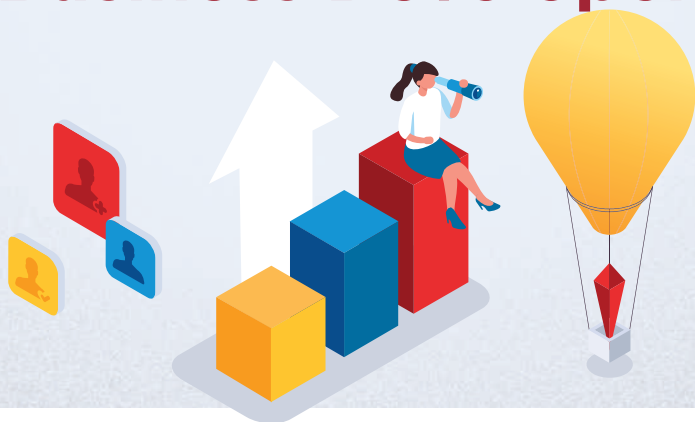


RÉMUNÉRATION

40k€ à 75k€



Business Developer



LE BUSINESS DEVELOPER EST PRÉCISÉMENT LA PERSONNE QUI A POUR MISSION D'ORIENTER ET DE DÉTECTER LES OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE POUR L'ENTREPRISE, AFIN DE METTRE EN ŒUVRE DE NOUVEAUX PROJETS, ET D'INTÉGRER DE NOUVEAUX CLIENTS ET DE NOUVEAUX PARTENAIRES.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Analyse stratégique d'un portefeuille produits
 - Réaliser et coordonner les études de marché
 - Réaliser des veilles
 - Définir le plan d'actions
- **Développer**
 - Identifier les opportunités de croissance (identifier les besoins du marché, les structurer et les prioriser)
 - Anticiper les évolutions du marché
 - Coordonner les groupes de travail
 - Fournir des propositions de développement à destination de la direction
- **Négocier**
 - Prospector et déployer une stratégie de conquête
 - Coordonner les services
 - Construire les offres
 - Mettre en œuvre des partenariats
 - Élaborer, contrôler et suivre la production en lien avec le service commercial



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Techniques commerciales
- Curiosité
- Polyvalence
- Créativité
- Autonomie
- Adaptabilité
- Excellent relationnel



RÉMUNÉRATION 35k€ à 50k€



Chef de secteur



LE CHEF DE SECTEUR EST CHARGÉ D'ASSURER LA MISE EN AVANT COMMERCIALE, MARKETING ET PHYSIQUE DES PRODUITS DE SON ENTREPRISE AUPRÈS DES POINTS DE VENTE SITUÉS SUR SA ZONE GÉOGRAPHIQUE.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Identifier les objectifs de vente
- Optimiser le référencement des produits dans les points de vente
- Veille sur les produits et les tendances du marché

► Coordonner

- Gérer des relations avec les distributeurs et les équipes en charge de la logistique
- Négocier avec les distributeurs pour garantir la rentabilité de l'activité
- Animer les équipes et force de vente
- Transmettre les informations terrain à la direction pour optimiser la stratégie commerciale

► Animer

- Optimiser les ventes grâce à la mise en place d'actions promotionnelles
- Gérer les stocks et les réassorts
- Visiter des différents points de vente
- Accompagner l'ouverture de nouveaux points de vente



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance du cycle de vie des produits
- Capacité d'analyse
- Maîtrise budgétaire
- Sens du relationnel et de l'écoute
- Résistance au stress
- Force de négociation
- Rigueur



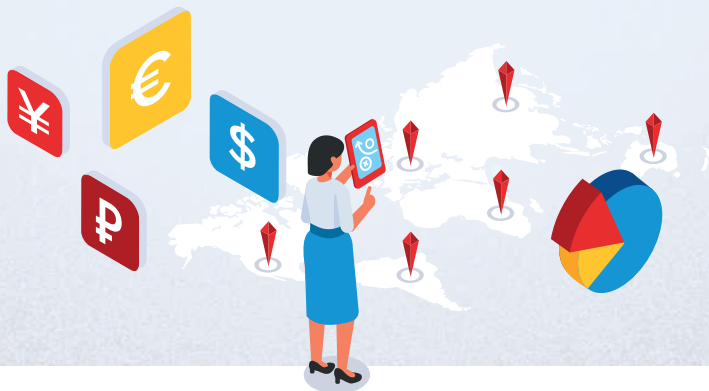
RÉMUNÉRATION

30k€ à 50k€





Directeur export



LE DIRECTEUR EXPORT A POUR MISSION DE CONCEVOIR, ANIMER ET SUPERVISER LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE SON EMPLOYEUR SUR LE OU LES MARCHÉS « EXPORT ».



MISSIONS PRINCIPALES

- **Piloter**
 - Définir la stratégie commerciale export en cohérence avec la politique de l'entreprise
 - Développer des ventes sur le périmètre international
 - Gérer et décliner du budget commercial
 - Gestion opérationnelle des implantations à l'international
 - Piloter les actions commerciales déployées à l'international
- **Développer**
 - Identifier et sélectionner les distributeurs / importateurs
 - Prospecter les comptes stratégiques
 - Traiter les négociations annuelles
- **Coordonner**
 - Coordonner les services supports de l'entreprise
 - Participer à l'implantation de filiales à l'étranger



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

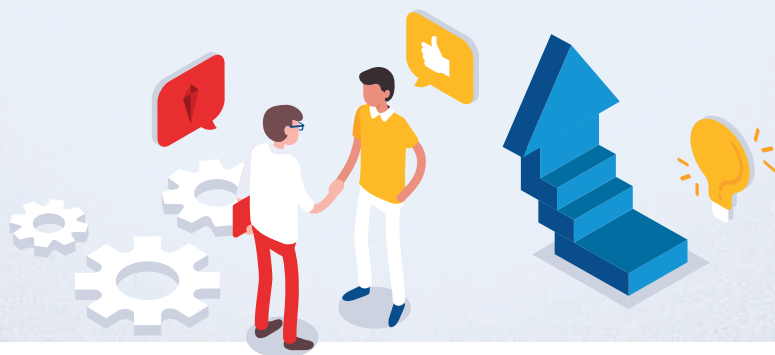
- Aptitudes managériales
- Aisance relationnelle
- Anglais courant
- Capacités de négociation
- Autonomie
- Rigueur
- Sens des responsabilités
- Résistance au stress



RÉMUNÉRATION

60k€ à 120k€

Ingénieur d'affaires



L'INGÉNIEUR D'AFFAIRES EST L'INTERLOCUTEUR PRIVILÉGIÉ DU CLIENT DANS L'ENTREPRISE ET SUIT POUR LUI L'AVANCEMENT DES PROJETS. IL EST GARANT DE LA RELATION COMMERCIALE EN VEILLANT AU RESPECT DU CAHIER DES CHARGES DÉFINI PAR LE CLIENT.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Assurer une veille économique sur le marché
- Suivre et anticiper les offres des concurrents
- Analyser les besoins et proposer des solutions adéquates

► Construire

- Organiser la prospection commerciale selon les objectifs
- Construire les offres commerciales en accord avec le service marketing
- Gestion transversale des projets de développement commercial
- Superviser le déploiement des actions commerciales et le service après-vente

► Coordonner

- Répondre aux appels d'offres en partenariat avec les équipes support
- Assurer les phases des négociations et de signature de contrat
- Coordonner les équipes de support à la vente
- Entretenir les relations avec les clients



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Techniques de négociation
- Aisance relationnelle
- Anglais courant
- Autonomie
- Qualité d'écoute
- Dynamisme
- Réactivité
- Force de persuasion

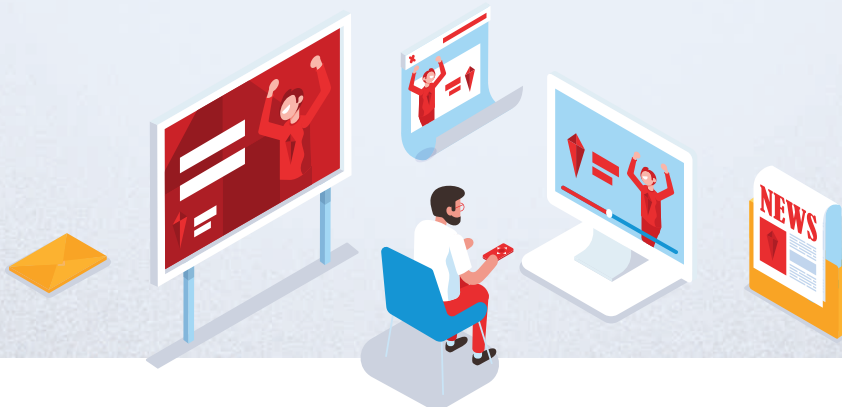


RÉMUNÉRATION

38k€ à 90k€



Chef de publicité



LE CHEF DE PUBLICITÉ A POUR MISSION, DANS LE CADRE D'UN BUDGET DÉFINI, DE CONCEVOIR ET DE DÉPLOYER DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES, SUR UN OU PLUSIEURS MÉDIAS. IL EST RESPONSABLE DE L'IDENTITÉ DE LA MARQUE, DU RESPECT DES PLANNINGS ET DES BUDGETS ALLOUÉS.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Identifier les besoins en communication
 - Cerner les objectifs de la campagne : cibles, messages, positionnement
 - Positionner le client sur son marché
 - Analyser la typologie de clientèle en s'appuyant sur les panels d'instituts d'études
- **Construire**
 - Construire des recommandations stratégiques en lien avec le directeur de clientèle
 - Rédiger et présenter le plan média
 - Rédiger les cahiers des charges et brief créatif
- **Coordonner**
 - Coordonner le lancement des campagnes
 - Garantir et respecter des délais et du budget
 - Suivre et mesurer la performance des outils déployés
 - Ajuster la stratégie média



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Goût pour la négociation commerciale
- Connaissance de la chaîne graphique
- Aptitude à la gestion de projet
- Sensibilité aux chiffres
- Rigueur
- Créativité
- Réactivité
- Organisation



RÉMUNÉRATION

20k€ à 45k€



Technico-commercial



LE TECHNICO-COMMERCIAL FIDÉLISE UNE CLIENTÈLE ACTIVE ET PROSPECTE DES CLIENTS POTENTIELS POUR CONQUÉRIR DE NOUVELLES PARTS DE MARCHÉ ET AUGMENTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES DE SON PORTEFEUILLE.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Prospector et démarcher de nouveaux clients
- Construire les offres et propositions commerciales
- Analyser les indicateurs d'activité du secteur

► Accompagner

- S'assurer de la satisfaction client
- Garantir le suivi et la fidélisation des clients
- Superviser les relations avec les fournisseurs
- Animer les équipes de ventes

► Développer

- Participer au renouvellement du portefeuille client
- Participer à la politique commerciale
- Répondre aux appels d'offres
- Négocier les conditions du contrat de vente



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Goût pour la négociation commerciale
- Sens relationnel
- Connaissances techniques des produits et/ou services
- Écoute
- Capacité d'adaptation
- Esprit de compétition
- Autonomie
- Organisation



RÉMUNÉRATION

20k€ à 35k€



Chef des ventes ou d'agence



LE CHEF DES VENTES APPLIQUE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE ET MET À DISPOSITION LES OUTILS ET TECHNIQUES NÉCESSAIRES AU DÉVELOPPEMENT DES VENTES ET À LA CROISSANCE DE L'ENTREPRISE. IL ACCOMPAGNE ET FÉDÈRE LES ÉQUIPES POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS COMMERCIAUX.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Participer à l'élaboration du plan de développement commercial
 - Être force de proposition pour développer des outils d'aide à la vente
 - Analyser les indicateurs commerciaux pour ajuster les argumentaires de ventes
- **Développer**
 - Définir les objectifs commerciaux
 - Mettre en place les actions commerciales
 - Suivi et déploiement d'un programme de fidélisation de la clientèle
 - Développer des outils d'aide à la vente
- **Coordonner**
 - Encadrer et motiver les équipes pour garantir
 - Organiser et coordonner l'action commerciale
 - Motiver les équipes : challenge, incentive,...



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Écoute
- Dynamisme
- Fiabilité et rigueur
- Adaptabilité
- Disponibilité
- Sens du relationnel
- Ténacité et autonomie
- Connaissance et maîtrise des techniques de vente



RÉMUNÉRATION

30k€ à 38k€



Responsable Grands Comptes



LE RESPONSABLE GRANDS COMPTES (OU KEY ACCOUNT MANAGER) EST EN CHARGE DU PORTEFEUILLE DES CLIENTS PRINCIPAUX DE L'ENTREPRISE DANS LAQUELLE IL TRAVAILLE. IL OCCUPE UN POSTE STRATÉGIQUE DANS L'ENTREPRISE ET A POUR MISSION DE DÉVELOPPER LE COURANT D'AFFAIRES, DE FIDÉLISER ET D'ASSURER UN SUIVI CONTINU DE SES CLIENTS.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Piloter**
 - Identifier les objectifs de vente
 - Définir le plan d'actions commerciales Grands Comptes
 - Assurer un suivi régulier des objectifs de vente via CRM
 - Assurer une veille concurrentielle et sectorielle
- **Négocier**
 - Négocier les termes des contrats établis avec les clients Grands Comptes
 - Présenter et négocier les offres commerciales en accord avec les objectifs commerciaux
 - Prospecter et développer le portefeuille client Grands Comptes
 - Réaliser des visites régulières sur le terrain
 - S'assurer de la satisfaction client
- **Coordonner**
 - Diriger les équipes commerciales opérationnelles
 - Coordonner les actions de l'ensemble des services de l'entreprise pour garantir la satisfaction client
 - Animer des réunions de travail pour atteindre les objectifs



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques de vente
- Expertise des techniques commerciales
- Méthodes de négociation
- Connaissances techniques et des marchés
- Esprit analytique
- Organisation
- Qualités managériales
- Excellent relationnel
- Sens de l'écoute et du dialogue
- Résistance au stress



RÉMUNÉRATION

40k€ à 60k€



Chargé de prescription



INTERVENANT LE PLUS SOUVENT DANS LE SECTEUR DE LA CONSTRUCTION ET DE L'ÉQUIPEMENT, LE CHARGÉ DE PRESCRIPTION ASSURE LA PROMOTION DES GAMMES PRODUITS AUPRÈS DES ACHETEURS. IL A UN RÔLE DE CONSEIL.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Identifier les interlocuteurs dans les entreprises
 - Identifier les besoins potentiels des clients
 - Construire des argumentaires adaptés aux publics cibles (acheteurs, architectes, bureaux d'étude, etc.)
 - Assurer une veille concurrentielle
 - Assurer un suivi des actions commerciales et des objectifs
- **Accompagner**
 - Présenter les offres et gammes de produits
 - Conseiller sur les offres les plus adaptées aux besoins spécifiques clients
 - Assurer le suivi du dossier en collaboration avec l'équipe commerciale
- **Animer**
 - Réaliser des visites régulières sur le terrain pour la présentation des gammes
 - Participer aux différentes animations commerciales (incentives, salons, etc.)
 - Renforcer l'image de l'entreprise auprès des prescripteurs



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissances techniques des produits ou des offres
- Expertise du secteur
- Aisance orale
- Méthodes de négociation et persuasion
- Esprit analytique
- Organisation
- Excellent relationnel
- Sens de l'écoute et du dialogue
- Empathie



RÉMUNÉRATION

30k€ à 50k€



Agent d'influenceur



TRÈS PRÉSENT DANS LE DOMAINE ARTISTIQUE OU, PLUS RÉCEMMENT, DANS LA CRÉATION DE CONTENUS, L'AGENT REPRÉSENTE LES INTÉRÊTS DE SON CLIENT. SON RÔLE EST DE DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ ET LA NOTORIÉTÉ DE SES CLIENTS EN CHERCHANT DE NOUVEAUX PARTENAIRES OU PROJETS, TOUT EN S'ASSURANT DU RESPECT DES CLAUSES DU CONTRAT.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Piloter**
 - Définir une stratégie de prospection en accord avec les demandes clients
 - Assurer une veille médiatique et concurrentielle constante des contrats
 - Suivre la gestion administrative des contrats
 - Garantir le respect des termes du contrat de chaque partie prenante
 - Gérer les litiges
- **Développer**
 - Prospecter pour trouver de nouveaux partenaires ou projets artistiques
 - Négocier les termes des contrats
 - Mettre en place des partenariats rémunérés ou des projets artistiques
 - Créer des synergies grâce à un réseau media
- **Conseiller**
 - Aider à la professionnalisation de la création de contenus
 - Participer à la création de contenu ou la réalisation du projet
 - Proposer des orientations stratégiques dans l'intérêt du client



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des réseaux sociaux et du marketing digital
- Appétence pour les nouvelles technologies
- Curiosité
- Sens artistique
- Capacité d'adaptation
- Capacité rédactionnelle
- Force de proposition
- Capacité à négocier
- Organisation
- Excellent relationnel
- Sens de l'écoute et empathie



RÉMUNÉRATION

Honoraires
+ Pourcentage
du CA client





CLÉMENT GIAIME

BACHELOR 2015

MON JOB, MES MISSIONS

Je suis actuellement **Business developer** en V.I.E (Volontariat International en Entreprise) pour Mane à Shanghai, Groupe français de l'industrie des parfums et des arômes, un des leaders mondiaux.

Mes missions consistent à tout mettre en œuvre pour soutenir et développer l'activité commerciale sur la zone Chine, Corée du sud et Taiwan. Je joue un rôle de coordination entre notre maison mère en France, la production en Chine et les ventes dans les pays d'Asie du Sud-Est.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la suite de mes études, j'ai très rapidement pensé à partir en V.I.E pour avoir une expérience enrichissante à l'international. C'est à ce moment-là que l'entreprise dans laquelle j'ai fait mon alternance m'a parlé d'évolution interne à Shanghai. Une opportunité tombée à point nommé car je souhaitais faire carrière au sein de la société Mane dans le secteur des ventes.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Gardez votre objectif en tête, rencontrez des personnes positives pour votre carrière et pour développer votre réseau professionnel. Partir travailler à l'international permet de sortir de sa zone de confort, on gagne en maturité très rapidement.



MASSINISSA HADREB

BAC+5 2012



MON JOB, MES MISSIONS

Responsable de Secteur Alimentaire au sein d'un Hypermarché Carrefour, j'ai en charge la gestion de toute la partie alimentaire du magasin. Cela représente 10 rayons qui génèrent un chiffre d'affaires annuel total de plus de 50 millions d'euros. Je manage une équipe de 6 cadres (manager de rayon) qui encadrent à leur tour une centaine de collaborateurs.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Immédiatement après mes études, le Groupe Casino, où j'avais effectué mon alternance durant trois ans, m'a proposé un poste en CDI. J'ai occupé durant deux années le poste de Manager Service Clients. J'ai alors été approché par un chargé de recrutement du Groupe Carrefour pour un nouveau challenge à la hauteur de mes ambitions et en phase avec mes différentes expériences managériales en magasin. J'ai saisi cette opportunité !

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Soyez passionnés et remarquables ! Les obstacles seront nombreux, mais rien n'est insurmontable.



MAREVA JEANDEL

MME 2011

MON JOB, MES MISSIONS

Directrice Clientèle au sein de l'agence de design et digitale Lonsdale, j'exerce des missions qui s'articulent autour de l'accompagnement clientèle dans leur transformation digitale, la supervision de la réalisation des projets (du lancement jusqu'à sa finalisation) et le management d'une équipe de gestion de projet. Je suis responsable du développement et de la fidélisation du portefeuille client et garante de la relation clientèle. À côté de cela, je donne aussi, à titre d'intervenante, des cours sur l'E-commerce et l'expérience utilisateur pour des formations digitales post-bac.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la suite de mes études, je me suis tout de suite spécialisée dans le digital avec une première expérience chez Webedia. Quatre ans après, j'ai souhaité gagner en compétence technique et je suis partie chez Smile en tant que cheffe de projet. Je me suis ensuite dirigée dans le monde des agences digitales en commençant par Les Comptoirs et par la suite, j'ai eu l'opportunité de travailler chez Lonsdale en tant que directrice clientèle.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Bien travailler son réseau professionnel ! À l'époque, étudiante, je ne réalisais pas l'importance et l'impact que cela pouvait avoir sur ma carrière.



CORENTIN LUPIERI

BACHELOR 2014



MON JOB, MES MISSIONS

Depuis septembre 2018, je suis **Responsable Grands Comptes Export** pour le Groupe Lemoine, leader mondial du marché du coton dans l'hygiène et le soin. Mes missions s'articulent autour de la gestion et suivi des comptes clients et le développement du portefeuille sur la zone Asie, Moyen-Orient et un peu en Afrique de l'Ouest.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Lors de mon Bachelor, j'ai réalisé mes deux premiers stages en Asie. C'est donc tout naturellement qu'à la fin de mon cursus à IDRAC Business School, en 2014, j'ai songé à l'expatriation. Ces 3 années d'études m'ont donné toutes les clés en main pour être opérationnel sur des postes à dimension internationale.

Après 4 années en Thaïlande en tant que Responsable communication et marketing dans une entreprise immobilière, je souhaitais m'orienter vers de nouvelles perspectives.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Investissez-vous dans vos stages et profitez-en pour tester différents postes dans des pays qui vous intéressent. De manière plus globale, il faut s'investir pour construire et développer son réseau professionnel sur place !

GUERRIC MONNERET

MME 2008

MON JOB, MES MISSIONS

Je suis **Chef des ventes** au sein d'AXGROUP, intégrateur de solutions informatiques, téléphoniques et d'impression pour les TPE et PME. Mes missions s'articulent autour du management et de l'accompagnement de mon équipe de commerciaux, du développement et de la fidélisation de notre portefeuille clients, en passant par le conseil aux clients et prospects.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai passé 5 années en Écosse où j'ai commencé par travailler dans des pubs jusqu'à devenir manager de l'un d'eux avant de changer de voie. J'ai intégré Brand-Rex, un fabricant de systèmes de câblage, où j'ai occupé le poste de **Customer Service Manager** pour la zone France et Espagne durant 2 ans. Après cette expérience très formatrice, on m'a proposé de prendre en charge la direction du développement commercial du quart sud-est de la France depuis Lyon. J'ai ainsi travaillé durant 3 années en prescription auprès de bureaux d'études, sur l'animation et la gestion du réseau de distribution.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

La plus grande qualité d'un commercial c'est d'écouter. Quand on a compris les besoins de la personne qu'on a en face de nous, on n'a plus qu'à vendre. Cherchez toujours le pourquoi du besoin qu'on vous expose pour vous positionner en tant que conseiller plutôt que vendeur.



NATHALIE SANDOZ

MGE 1999



MON JOB, MES MISSIONS

Depuis novembre 2015, je suis **Directrice Régionale des ventes** pour les marques Parfums *Mugler & Azzaro* au sein du *Groupe Clarins*. Un poste passionnant qui s'organise autour de l'élaboration de la politique commerciale et de son déploiement opérationnel, de la coresponsabilité dans l'atteinte des objectifs commerciaux et du développement du chiffre d'affaires, du management et de l'animation et coordination de réunions régionales, conventions clients.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la suite de mes études, j'ai effectué divers postes dans le domaine commercial dans des entreprises internationales : Coca-Cola, Lagardère Travel Retail avant d'arriver à Clarins. Cela fait maintenant plus de 10 ans que j'ai rejoint cette entreprise spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de produits cosmétiques haut de gamme où j'ai occupé des fonctions alliant compétences marketing, commerciales et encadrement d'équipe.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Maximisez les stages en entreprise : cela vous permettra de connaître de belles expériences qui vous guideront dans votre orientation professionnelle et seront appréciables ensuite sur le marché du travail.

NDEYE SARR

MMA 2018

MON JOB, MES MISSIONS

Technico-Commerciale Export au sein d'une entreprise éditrice de logiciel, ma mission principale consiste à développer l'activité commerciale sur les 6 pays à l'export dont j'ai la charge. J'effectue le suivi commercial des distributeurs de ces zones en leur apportant un support technique et commercial nécessaire pour la conclusion de leurs ventes.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Après une dizaine d'années dans le domaine commercial, j'ai repris mes études pour développer des compétences et faire évoluer ma carrière.

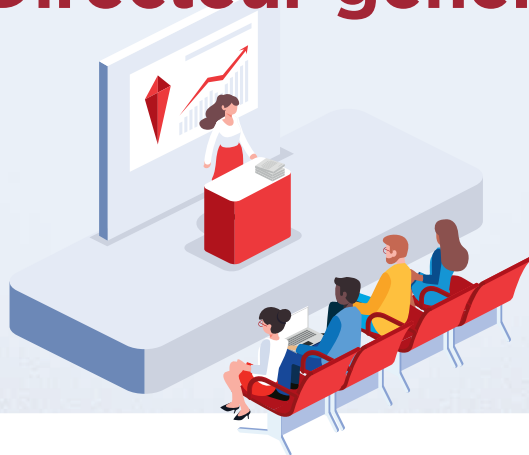
En 2018, à la fin de mon Bac+5 en formation continue, j'ai évolué plus rapidement que je ne le pensais : 3 mois après la fin du programme, j'ai décroché un poste en totale adéquation avec mes attentes.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Profitez du vécu professionnel de chacun des intervenants lors de votre formation. Ils sont de très bons conseils et leur retour sur la vie d'entreprise vous permettra de rapidement mettre en place les outils dont vous avez besoin pour démarrer ou évoluer dans votre carrière.



Directeur général



REPRÉSENTANT DE L'ENTREPRISE, LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉFINIT LA STRATÉGIE COMMERCIALE, EN ANTICIPANT LES MUTATIONS DU MARCHÉ. IL ANIME LES ÉQUIPES ET GÈRE LES BUDGETS EN CONCILIANT CONTRAINTES FINANCIÈRES ET MARKETING.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir**
 - Penser la politique globale de l'entreprise, en matière de développement commercial, marketing, financier et structurel
 - Choisir les axes de développement commercial et déterminer, les moyens nécessaires à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs
- **Piloter**
 - Superviser l'animation des budgets les plus importants
 - Organiser et répartir le pilotage des budgets par direction opérationnelle et les accompagner dans la gestion de la relation client
 - Veiller à la bonne rentabilité des comptes clients et suivre la facturation
- **Représenter**
 - Promouvoir les compétences de l'entreprise
 - Assurer la visibilité et la notoriété de l'entreprise
 - Créer et entretenir une culture d'entreprise, fédérer les équipes pluridisciplinaires autour d'un projet commun



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Aptitudes en gestion d'entreprise
- Charisme
- Envergure intellectuelle
- Éloquence et aisance relationnelle
- Sens du contact
- Bonne résistance
- Disponibilité et patience
- Qualités de visionnaire



RÉMUNÉRATION 80k€ à 180k€



Directeur de centre de profit



LE DIRECTEUR DE CENTRES DE PROFITS MET EN ŒUVRE LE CONCEPT COMMERCIAL DE L'ENTREPRISE ET EST GARANT DU RESPECT DES DISPOSITIONS LÉGALES ET RÉGLEMENTAIRES DANS LES CENTRES DE PROFIT. IL INTERVIENT EN APPUI AUX RESPONSABLES DE CENTRES SUR L'ORGANISATION, LE MANAGEMENT, L'ANIMATION DES ÉQUIPES.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir**
 - Fixer les objectifs à atteindre et accompagner les collaborateurs dans leurs évolutions
 - Diffuser les orientations stratégiques de l'enseigne
 - Mettre en œuvre des plans d'actions destinés aux responsables de centres de profits
- **Développer**
 - Contrôler le respect des concepts et procédures de l'enseigne
 - Optimiser l'organisation de l'approvisionnement selon les spécificités de chaque magasin
 - Consolider, analyser et présenter les résultats au niveau de sa région.
- **Évaluer**
 - Analyser les indicateurs dans les tableaux de bord économiques et sociaux par centres
 - Mettre en place des actions adaptées, en fonction des résultats analysés par magasin



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Sens des responsabilités
- Aptitude à manager
- Aisance relationnelle
- Réactivité et initiative
- Capacités d'analyse
- Sens pédagogique
- Autonomie
- Rigueur



RÉMUNÉRATION

40k€ à 65k€



Dirigeant de start-up



LE DIRIGEANT DE START-UP CRÉE, GÈRE ET DÉVELOPPE UNE ENTREPRISE NOUVELLE QUI S'APPUIE SUR UN BREVET ET/OU UNE INNOVATION. IL DÉFINIT LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE ET ENCADRE LES DIFFÉRENTES RESSOURCES FINANCIÈRES, HUMAINES ET TECHNOLOGIQUES.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir**
 - Construire le modèle économique de l'entreprise afin d'en garantir la rentabilité
 - Réaliser des études de marché afin de valider l'adéquation des idées au marché potentiel
 - Définir un plan d'action commercial et marketing afin de valoriser la performance de l'entreprise
- **Développer**
 - Rechercher les financements nécessaires au développement de l'entreprise
 - Présenter le plan de développement de l'entreprise à des investisseurs potentiels et négocier les conditions de financement
 - Suivre le compte de résultats et les performances commerciales de l'entreprise
- **Organiser**
 - Fédérer l'ensemble des équipes et du plan d'action de l'entreprise
 - Suivre l'avancement des projets



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Compétences en marketing
- Connaissance des méthodes de développement commercial
- Polyvalence
- Curiosité
- Anticipation
- Résistance à la pression
- Force de conviction
- Qualités de communication
- Énergie et ténacité

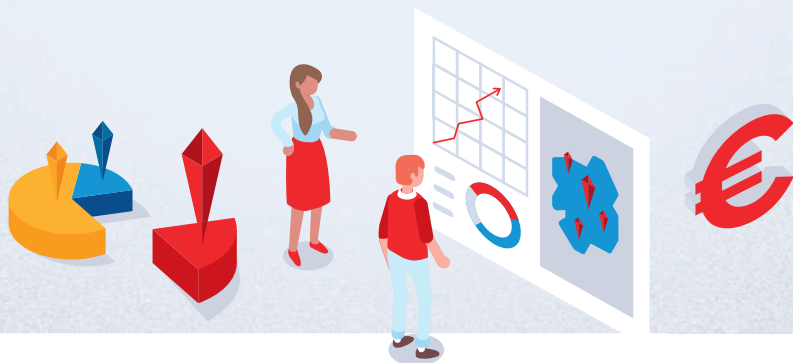


RÉMUNÉRATION

35k€ à 80k€



Directeur de business unit



LE DIRECTEUR DE BUSINESS UNIT MET EN ŒUVRE ET COORDONNE LA POLITIQUE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE OU DE L'ENSEIGNE, CONTRIBUE AU DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ ET DE LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE. IL ASSURE L'ENCADREMENT DES ÉQUIPES DE DIRECTION DES MAGASINS DE SON SECTEUR GÉOGRAPHIQUE.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir**
 - Définir et animer le projet commercial, en cohérence avec le projet d'entreprise
 - Concevoir et mettre en œuvre des plans d'action sur son périmètre
 - Définir des objectifs de développement à court et à moyen terme
- **Développer**
 - Assurer l'organisation de l'activité et de l'exploitation commerciale des points de vente sur son territoire
 - Consolider, analyser et présenter les résultats au niveau de sa région.
 - Concevoir des plans d'action adaptés, en fonction des résultats observés et des axes de progrès identifiés
- **Organiser**
 - Suivre la mise en œuvre des plans d'action commerciaux dans les magasins
 - Définir, suivre et animer les projets de développement



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Aptitude à manager
- Sens de l'animation
- Leadership
- Autonomie
- Curiosité
- Capacité à déléguer
- Rigueur
- Mobilité



RÉMUNÉRATION

40k€ à 80k€



DAVID BINTZ

BAC+5 2012



MON JOB, MES MISSIONS

Depuis 2014, j'ai la **direction d'un centre de profit** *Feu vert*. Mes missions sont très variées et s'articulent principalement autour du management d'équipe réparties sur 3 pôles : Administratif, Commerce et Atelier. À cela, s'ajoute la gestion du compte d'exploitation, le recrutement, la gestion des formations et le développement commercial de l'enseigne dans sa globalité. Je suis un véritable chef d'entreprise épaulé par les services support d'un grand groupe.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Feu vert a été mon premier employeur et il l'est toujours ! J'ai débuté en tant que manager junior, cursus d'apprentissage du métier de directeur de centre de profit. À la fin de mes études, on m'a confié le poste de responsable commerce qui équivalait à adjoint au directeur. Très varié et formateur pour faire mes armes, j'ai très vite grimpé dans l'entreprise. Un an plus tard, j'ai pris la direction d'un centre auto tout en continuant ma formation en interne avec à la clé un défi à relever, celui de ramener la rentabilité au beau fixe de l'établissement.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

L'investissement personnel est important pendant les années d'études et doit être à la hauteur de ce que l'on souhaite entreprendre dans sa vie professionnelle.



RÉMI GOUTAREL

MMA 2010

MON JOB, MES MISSIONS

Au sein de la société que j'ai co-fondée, *Glibl*, une application de cartes de visite 100% digitalisée, nous avons des rôles très complémentaires avec mon associé. Lui est en charge de la partie technique avec tout le développement informatique, et je m'occupe de toute la partie **commerciale et gestion de l'entreprise**. Dans mon rôle, ce qui me plaît le plus est d'aller à la rencontre des utilisateurs et d'échanger sur la solution, et notamment, j'adore répondre à des questions techniques très pointues.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai fait un parcours universitaire assez atypique car, avant de rejoindre l'IDRAC Business School, j'ai étudié dans une autre des écoles du réseau Compétences et Développement : l'IET. Ce double cursus m'a permis d'allier mes deux objectifs professionnels, à savoir travailler dans le domaine de l'environnement et apprendre la gestion d'entreprise pour pouvoir lancer ma propre société. À l'obtention de mon diplôme j'ai créé une première entreprise de vente de produits BIO et, en 2021, je me suis associé pour créer Glibl, l'application de cartes de visite digitales.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Mon conseil serait de bien s'entourer et de ne pas hésiter à échanger et parler de son idée d'entreprise autour de soi car le réseau joue un rôle clef dans la carrière d'un entrepreneur. Si vous avez une idée d'entreprise, qui répond aux enjeux actuels et aux besoins du marché, il ne faut pas la lâcher, tester encore et toujours et rester motivé jusqu'à ce que cela fonctionne.



CHARLOTTE MALAURIE

BAC+5 2010



MON JOB, MES MISSIONS

Directrice Nationale – Assurance Habitation chez *April Canada*, je gère une équipe de 11 personnes, dont 2 chefs d'équipe. Je suis responsable de concevoir la stratégie de ma ligne d'affaires au niveau pancanadien et de son exécution : établir un budget ambitieux mais réaliste, stimuler la performance et la motivation de chaque membre de l'équipe, former des courtiers sur les produits April, coordonner la stratégie de communication pour la ligne d'affaires. Une de mes grandes missions est la création d'un produit inédit au Canada et de son lancement via le canal direct (création d'un site web et de réseaux sociaux dédiés : articles, vidéos, devis en ligne ; partenariats avec des réseaux de prescripteurs...)

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Durant ma dernière année d'études, j'étais assistante marketing en alternance dans la division internationale au siège d'April. Avant la fin de l'année scolaire, la filiale canadienne me proposait de les rejoindre en V.I.E (Volontariat International en Entreprise). Ce que je fis en janvier 2011 au titre d'assistante marketing. Rapidement, j'ai basculé sur de la gestion de projets IT (analyse des processus, recherche de gains de productivité, rédaction de cahier des charges, relations entre les programmeurs et les utilisateurs, testing et debuggage, accompagnement au changement). Ayant beaucoup travaillé avec l'équipe Assurance Habitation, j'ai été nommée Directrice Nationale de cette division en août 2014.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Dire oui à tout nouveau challenge, être curieux et passionné, chercher constamment à apprendre / à s'améliorer, savoir demander de l'aide aux experts quand c'est nécessaire, ne pas avoir trop d'ego.



JÉRÉMIE NATHAN

MGE 1999

MON JOB, MES MISSIONS

J'ai été **CEO** de *Phildar*, j'ai accompagné cette entreprise dans la transformation et la modernité de la marque. Plus concrètement, CEO c'est donner du sens et porter la stratégie auprès du Comité de direction, des actionnaires et surtout des équipes au siège ou sur le terrain. Mes missions étaient de construire, conduire et suivre le plan stratégique décliné en budget annuel, mensuel, hebdomadaire et d'effectuer des corrections nécessaires pour atteindre les objectifs fixés.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la suite de mon diplôme, j'ai voyagé aux États-Unis, puis je suis rentré en France pour travailler dans la grande distribution pour les grands comptes d'entreprises internationales. Ensuite j'ai rejoint une entreprise familiale en tant que Directeur commercial où j'ai pu être polyvalent et c'est là que l'on m'a proposé le challenge de reprendre la direction de Phildar.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Conservez votre détermination si vous savez ce que vous voulez vraiment. Si j'ai bien appris une chose avec l'expérience : on ne réussit pas seul et la force de son réseau est vitale !



LUCAS SIMULA

BAC+5 2018



MON JOB, MES MISSIONS

En octobre 2018, j'ai **cofondé la start-up** *Shipotsu*, spécialisée dans l'expertise mobilité. Nous proposons des services sur-mesure de transport de personnes, de transfert et consigne à bagages. Au quotidien, mes missions sont diverses : je m'occupe principalement du développement commercial, de l'aspect financier ainsi que de l'environnement stratégique.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai toujours voulu me lancer dans l'entrepreneuriat mais il me manquait l'idée. Lors d'un repas de famille et d'un voyage, nous avons fait le constat des moyens de mobilité innovants notamment sur la gestion des bagages au Japon. Après quelques semaines de réflexion, l'idée a fait son chemin d'importer ce modèle en France. Nous avons étudié le marché et nous avons répondu à l'appel à candidature de l'incubateur du campus HEP Lyon René Cassin, Start'Hep pour nous accompagner dans cette démarche. C'était le début de notre aventure entrepreneuriale !

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Si vous êtes tentés par l'entrepreneuriat, foncez ! C'est pour moi, la meilleure des façons d'apprendre que ce soit au niveau des compétences mais aussi sur soi-même.

MARKETING DURABLE MARKETING DURABLE MARKETING DURABLE



LES MÉTIERS DU MARKETING DURABLE ET DE LA COMMUNICATION DURABLE SE CONCENTRENT SUR LA PROMOTION DE PRODUITS ET SERVICES POUR CRÉER DE LA VALEUR À LONG TERME POUR LES ENTREPRISES, EN METTANT EN ŒUVRE DES STRATÉGIES ET DES OUTILS TRANSPARENTS ET ÉTHIQUES POUR SENSIBILISER LES CONSOMMATEURS AUX ENJEUX DE DURABILITÉ.



PRINCIPAUX OBJECTIFS

- Analyser les besoins et les comportements des consommateurs
- Concevoir l'offre de produit ou de service
- Adapter l'offre commerciale à la typologie de clients
- Développer la visibilité de l'entreprise
- Renforcer la notoriété de l'entreprise
- Assurer la fidélité de la clientèle



PRINCIPALES MISSIONS

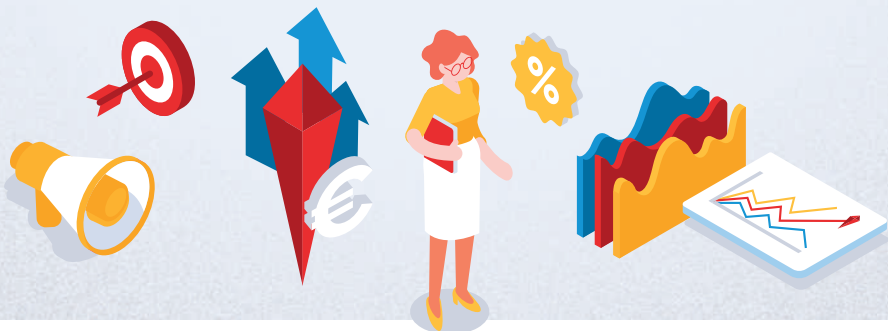
- Création d'outils
- Construction de l'argumentaire de vente
- Analyse de la clientèle
- Expérience client
- Fidélisation
- Gestion de projet



QUALITÉS NÉCESSAIRES

- Créativité
- Curiosité
- Adaptabilité
- Rigueur
- Organisation
- Polyvalence
- Sens relationnel
- Maîtrise des nouvelles technologies de l'information

Directeur marketing



LE DIRECTEUR MARKETING A POUR MISSION DE CONCEVOIR, DE METTRE EN ŒUVRE ET D'ANIMER LA POLITIQUE MARKETING DE L'ENTREPRISE EN COHÉRENCE AVEC LA STRATÉGIE GÉNÉRALE.



MISSIONS PRINCIPALES

➤ Analyser

- Réaliser des études stratégiques
- Détecter les opportunités de marché
- Étudier la concurrence et se tenir informé des tendances du secteur
- Définir les orientations et le positionnement de l'entreprise

➤ Gérer

- Définir le plan marketing (objectifs, budget, mix produit, actions,...)
- Superviser le développement et le lancement des produits
- Mettre en place des actions promotionnelles
- Analyser des résultats et de la rentabilité des produits ou de l'entreprise par rapport aux objectifs

➤ Coordonner

- Manager et motiver les équipes
- Jouer un rôle de conseil et d'accompagnement auprès de la direction générale
- Développer et piloter un réseau de partenaires et de prestataires



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Leadership
- Rigueur et organisation
- Maîtrise des outils marketing
- Maîtrise de l'anglais
- Créativité
- Capacité à négocier
- Capacités rédactionnelles
- Sens de l'écoute



RÉMUNÉRATION

65k€ à 120k€



Directeur de la communication



LE DIRECTEUR COMMUNICATION A POUR MISSION DE PROMOUVOIR L'IMAGE DE L'ENTREPRISE AU SEIN DE SON ENVIRONNEMENT. IL DÉFINIT LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION GLOBALE ET PILOTE SA MISE EN ŒUVRE À L'ÉCHELLE NATIONALE OU INTERNATIONALE.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Recueillir les informations stratégiques en lien avec le développement de l'entreprise
- Veille et benchmark des tendances dans le secteur

► Gérer

- Fixer les orientations stratégiques de la communication de l'entreprise : image, notoriété, visibilité
- Définir la stratégie média, éditoriale et visuelle
- Planifier et élaborer le budget
- Veiller à la cohérence et au respect de l'image véhiculée
- Superviser la création et la production de supports destinés aux différents publics
- Développer des outils de communication innovants

► Coordonner

- Faire le lien entre les équipes créatives, la direction et les prestataires
- Animer et encadrer des équipes de chargés de communication



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise de la chaîne graphique
- Aisance rédactionnelle
- Force de proposition
- Écoute et disponibilité
- Créativité
- Organisation et rigueur
- Polyvalence



RÉMUNÉRATION

80k€ à 120k€



Responsable marketing opérationnel



LE RESPONSABLE MARKETING OPÉRATIONNEL EST CHARGÉ DE DÉCLINER LA STRATÉGIE E-MARKETING ET MULTICANAL DE SON ENTREPRISE ET D'ASSURER LE SUIVI OPÉRATIONNEL DES PROJETS (ON LINE, OFF LINE ET MOBILE). IL CONTRIBUE AINSI À L'OPTIMISATION, AU DÉVELOPPEMENT DES VENTES ET À LA RENTABILITÉ DE SA SOCIÉTÉ.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Suivre l'évolution du comportement des consommateurs
 - Effectuer une veille concurrentielle
 - Réaliser des études de marché
 - Aider à la définition des objectifs et des indicateurs de performances
- **Construire**
 - Établir la stratégie du marketing mix
 - Construire le plan marketing opérationnel
 - Définir le positionnement des offres
 - Élaborer les outils et argumentaires commerciaux destinés à la force de vente
 - Élaborer, déployer et suivre l'exécution des plannings opérationnels
- **Coordonner**
 - Venir en appui aux services commerciaux
 - Choisir les fournisseurs et les prestataires



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques de marketing direct
- Savoir élaborer un plan marketing
- Excellente expression écrite et orale
- Capacité à gérer plusieurs projets simultanément
- Créativité
- Polyvalence
- Organisation
- Aisance relationnelle



RÉMUNÉRATION

35k€ à 60k€

Marketing business analyst



LE MARKETING BUSINESS ANALYST PARTICIPE AU PILOTAGE DE L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE À PARTIR DE L'ÉTUDE DE DONNÉES CHIFFRÉES. IL DÉFINIT DES OUTILS D'ANALYSE ET D'AIDE À LA DÉCISION : IL DOIT LIVRER UNE ANALYSE STRATÉGIQUE DES DONNÉES, ÉTABLIR DES RECOMMANDATIONS ET DES PLANS D'ACTION.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Analyser l'environnement commercial de l'entreprise et ses perspectives de croissance
- Étudier les pratiques et habitudes de consommation du secteur
- Assurer une veille sur les réglementations du marché

► Évaluer

- Étudier les impacts opérationnels des politiques déployées par l'entreprise
- Mesurer le retour sur investissement (ROI)
- Élaborer des recommandations à destination du marketing stratégique et opérationnel

► Construire

- Définir en lien avec les Chef.s de produit des indicateurs clés de performance (KPI)
- Concevoir des tableaux de bords de suivi de la performance commerciale et des outils de reporting



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance des méthodes et outils de programmation, extraction de données
- Maîtrise des outils de reporting
- Goût pour les chiffres
- Esprit d'analyse
- Curiosité et sens de l'anticipation
- Aisance relationnelle
- Organisation
- Force de proposition



RÉMUNÉRATION

25k€ à 70k€



Responsable marketing relationnel et CRM



LE RESPONSABLE DU MARKETING RELATIONNEL MET EN ŒUVRE UN ENSEMBLE D'OUTILS DESTINÉS À ENTREtenir DES RELATIONS ET À DÉVELOPPER LA CONNAISSANCE CLIENT : GESTION D'UNE BASE DE DONNÉES CRM, ORGANISATION DES CAMPAGNES DE RECRUTEMENT ET DE FIDÉLISATION, SUIVI DES RÉSULTATS.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Identifier les produits et prestations qui génèrent de l'insatisfaction et concevoir un processus de prise en charge
 - Assurer le reporting KPI et suivre l'activité des comptes clients
 - Veiller à la rentabilité des programmes
- **Développer**
 - Concevoir des dispositifs de collecte d'informations sur le cycle de vie du client
 - Mettre en place des solutions de suivi pour analyser le trafic et le comportement de navigation des consommateurs
 - Développer et superviser des études de traitement de la base de données
 - Développer une base de données des attentes et besoins
- **Coordonner**
 - Générer des interactions entre la marque et ses clients
 - Coordonner les différents prestataires et fournisseurs
 - Gérer les partenariats stratégiques



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

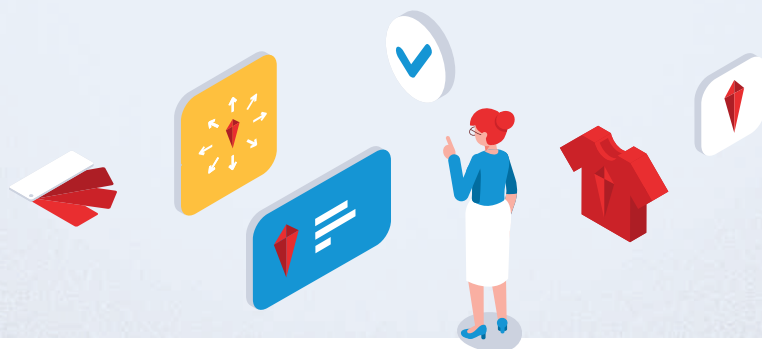
- Maîtrise des logiciels de CRM
- Maîtrise des outils statistiques et de reporting
- Organisation
- Communication orale et écrite
- Rigueur
- Sens de l'écoute
- Polyvalent
- Force de proposition



RÉMUNÉRATION

35k€ à 65k€

Brand manager



LE BRAND MANAGER OU RESPONSABLE DE MARQUE GÈRE ET DÉVELOPPE LA NOTORIÉTÉ D'UNE OU PLUSIEURS MARQUES SUR L'ENSEMBLE DES MÉDIAS (ON/OFFLINE). IL VEILLE À GARANTIR LA COHÉRENCE DE LA MARQUE AVEC LA STRATÉGIE GLOBALE DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Assurer une veille concurrentielle et analyser le comportement des consommateurs
 - Commanditer et suivre les études de marchés
 - Prévoir l'adaptation et le positionnement des produits de la marque en fonction des segments du marché
- **Développer**
 - Élaborer des stratégies mix
 - Garantir la cohérence et le positionnement de la marque
 - Élaborer des stratégies d'e-influence et d'e-réputation avec le social media manager
 - Développer une politique d'expérience clients
- **Coordonner**
 - Coordonner l'implantation de la stratégie de marque
 - Développer des partenariats
 - Élaborer des plans de lancement et suivre le développement de nouveaux produits
 - Soutenir et animer le réseau de vente



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance des techniques d'études marketing
- Connaissance des outils de référencement et d'analyse du trafic
- Rigueur
- Qualité de gestionnaire
- Capacités rédactionnelles
- Ouverture et curiosité d'esprit
- Qualité d'analyse et de synthèse
- Sens du travail en équipe



RÉMUNÉRATION

35k€ à 60k€



Chef de produit



LE CHEF DE PRODUIT EST RESPONSABLE DE LA VIE D'UN PRODUIT, DE SA CONCEPTION FONCTIONNELLE JUSQU'À SA COMMERCIALISATION. IL ÉVALUE LES BESOINS DU MARCHÉ, LES EXPRIME AUPRÈS DES ÉQUIPES ET ACCOMPAGNE LE LANCEMENT DU PRODUIT.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Assurer une veille concurrentielle
 - Analyser ou commander les études nécessaires pour cerner les attentes du marché
 - Concevoir et mettre en œuvre des tests produits
 - Rédiger les cahiers des charges et les rapports d'études
- **Développer**
 - Élaborer les prévisions de ventes
 - Définir et ajuster le positionnement du produit sur le marché (prix, image, valeur ajoutée)
 - Créer le produit en collaboration avec les services fabrication et commercial
- **Coordonner**
 - Coordonner l'avancement de l'ensemble des services et prestataires concernés
 - Suivre les ventes et ajuster la stratégie marketing
 - Contrôler le budget et l'ensemble des frais liés à la commercialisation du produit



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance du mix marketing
- Capacité à élaborer un plan d'action marketing
- Goût du travail en équipe
- Force de proposition
- Esprit d'analyse
- Créativité
- Qualités rédactionnelles
- Organisation
- Maîtrise des chiffres



RÉMUNÉRATION

30k€ à 80k€



Responsable merchandising



LE RESPONSABLE MERCHANDISING DÉFINIT ET PILOTE LA MISE EN ŒUVRE DE LA POLITIQUE D'IDENTITÉ VISUELLE DE L'ENSEIGNE ET DE PRÉSENTATION DES PRODUITS, DANS LE BUT D'OPTIMISER LES VENTES. IL CONÇOIT ET ORGANISE AVEC SON ÉQUIPE DES MISES EN SCÈNE ATTRACTIVES DANS LES MAGASINS.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Concevoir**
 - Analyser les caractéristiques de consommation de la clientèle
 - Élaborer un plan global de développement de la politique de merchandising avec les moyens associés
 - Définir un tableau de bord et des indicateurs de résultats
- **Développer**
 - Décliner et affiner le plan de développement en actions de merchandising
 - Piloter et analyser les phases de test sur site
 - Suivre le déploiement de la politique de merchandising dans les points de vente
- **Coordonner**
 - Réaliser le tableau de bord des indicateurs de réalisation de la politique de merchandising
 - Effectuer un suivi régulier des indicateurs



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance des produits
- Rigueur et méthode
- Créativité et capacité d'innovation
- Dynamisme
- Capacité de communication
- Écoute et dialogue
- Sens de l'argumentation



RÉMUNÉRATION
45k€ à 65k€



Responsable Marque Employeur



LE RESPONSABLE MARQUE EMPLOYEUR VÉHICULE LA CULTURE D'ENTREPRISE, SES VALEURS ET SES ENGAGEMENTS TANT EN INTERNE, POUR FIDÉLISER LES COLLABORATEURS, QU'EN EXTERNE POUR ATTIRER LES CANDIDATS ET FACILITER LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT.



MISSIONS PRINCIPALES

➤ Développer

- Mettre en place une stratégie éditoriale pour la promotion de la marque employeur
- Superviser la création de contenus pour garantir la bonne image de l'entreprise
- Concevoir des campagnes dédiées en fonction des besoins de recrutement
- Participer à des événements pour asseoir la marque employeur

➤ Fidéliser

- Fédérer les salariés autour des valeurs fortes et des engagements de l'entreprise
- Veiller au bien-être des salariés et au respect de leurs droits
- Organiser des événements en interne pour réaffirmer l'appartenance
- Mettre en place de nouvelles politiques internes en collaboration avec le service RH et la direction
- Favoriser le bouche-à-oreille des salariés

➤ Analyser

- Réaliser des enquêtes régulières sur la marque employeur et analyser les résultats
- Assurer une veille des bonnes pratiques RH pour le bien-être en entreprise
- Réaliser des benchmarks pour identifier les bonnes pratiques
- Suivre les évolutions des techniques de communication adaptées aux besoins RH



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance du mix marketing
- Maîtrise des techniques marketing
- Connaissance des réseaux sociaux et de l'environnement digital
- Bonnes capacités rédactionnelles
- Organisation
- Sens de l'écoute
- Empathie
- Sens du travail en équipe
- Force de conviction et de proposition
- Pédagogie



RÉMUNÉRATION

50k€ à 80k€



Responsable RSE



LE RESPONSABLE RSE (OU RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT DURABLE) A POUR MISSION D'ACCOMPAGNER L'ENTREPRISE POUR METTRE EN PLACE DES POLITIQUES PLUS RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT, DE L'ÉTHIQUE ET DES QUESTIONS SOCIÉTALES. IL POSSÈDE UN RÔLE STRATÉGIQUE ET TRANSVERSAL, TRAVAILLANT AVEC L'ENSEMBLE DES PARTIES PRENANTES DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

► Construire

- Réaliser un audit approfondi de l'entreprise sur les enjeux RSE
- Assurer une veille constante de l'évolution des normes et des innovations
- Relever les axes d'amélioration et définir les actions correctives adaptées
- Identifier les certifications et prestataires adaptés aux objectifs RSE
- Définir les objectifs RSE de l'entreprise et les indicateurs de suivi d'évolution

► Piloter

- Coordonner la mise en place des actions RSE au sein des différents services de l'entreprise
- Suivre les indicateurs clefs pour adapter la stratégie
- Assurer le reporting des actions mises en place pour informer la direction
- Réaliser une veille constante pour s'adapter aux évolutions des normes
- Coordonner les différents services et prestataires externes

► Communiquer

- Accompagner la direction dans la conception et le déploiement de la politique RSE
- Fédérer les équipes autour des projets durables de l'entreprise pour atteindre les objectifs
- Assurer les formations des pôles en interne
- Communiquer efficacement sur les bonnes pratiques et l'engagement RSE



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance des produits
- Connaissances des normes liées au développement durable
- Capacité d'adaptation
- Capacités d'analyse et de synthèse
- Vision stratégique
- Rigueur et organisation
- Force de conviction et de proposition
- Aisance relationnelle
- Pédagogie
- Bonne communication orale et écrite



RÉMUNÉRATION

40k€ à 60k€



Chief revenue officer



CHIEF REVENUE OFFICER EST UN MÉTIER NOUVEAU MAIS RAPIDEMENT DEvenu STRATÉGIQUE POUR LES ENTREPRISES. IL EST EN CHARGE D'OPTIMISER LES SOURCES DE REVENUS DE L'ENTREPRISE POUR EN AUGMENTER LA RENTABILITÉ EN PILOTANT LES ACTIONS DES ÉQUIPES MARKETING, COMMERCIALE ET SERVICE CLIENT.



MISSIONS PRINCIPALES

➤ Analyser

- Collecter et analyser les données de différentes sources
- Assurer une veille concurrentielle, technologique et marketing continue
- Analyser en profondeur les canaux d'acquisition et source de revenus de l'entreprise
- Suivre les indicateurs de rentabilité
- Analyser l'impact des actions selon les KPI définis

➤ Construire

- Élaborer la stratégie commerciale
- Définir les outils de travail communs adaptés pour toutes les équipes
- Définir les indicateurs de performance à suivre
- Orienter la stratégie commerciale dans un but d'optimisation optimale
- Piloter les tests et différentes actions d'optimisation
- Participer à l'amélioration de l'offre de produits et de services

➤ Superviser

- Fédérer les équipes marketing, sales et customer experience autour d'objectifs communs
- Assurer un partage de l'information entre les membres des équipes
- Définir les missions et fonctions précises de chaque collaborateur
- Former les équipes aux nouveaux outils et nouveaux processus



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Bonne gestion du stress
- Connaissances approfondies en finance, marketing et commerce
- Expérience opérationnelle en sales ou marketing
- Capacité d'analyse
- Vision stratégique
- Gestion de projet
- Esprit innovant toujours à la recherche de nouvelles solutions
- Excellent relationnel
- Leadership
- Gestion du stress



RÉMUNÉRATION

80k€ à 100 k€
(poste sénior avec
minimum 8 ans
d'expérience sur un
poste opérationnel)



PAULINE ARMANET

MME 2008

MON JOB, MES MISSIONS

Je suis **Responsable Communication** au sein de la Direction de la Communication et du Digital de GRDF. Mes missions sont diverses et variées, notamment la gestion des achats médias et la création des publicités de l'entreprise. Je suis également amenée à travailler sur des projets de communication interne, événementiels, d'édition... Je pilote des grands projets transverses en lien avec les Directions métiers de l'entreprise. Cela me permet de manager des projets et des personnes, ce qui me plaît beaucoup.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai d'abord effectué une mission d'un an en tant que chargée de projet pour l'Exposition Universelle de Shanghai en 2010. Puis, je suis rentrée dans le groupe SUEZ chez Lyonnaise des Eaux à Lyon sur un poste de chargée de communication (interne et externe). En 2012, j'ai été mutée à Paris au Siège de Lyonnaise des Eaux et pris mes fonctions de Responsable des Salons et Partenariats où j'ai été en charge du changement de nom de la marque (Lyonnaise des Eaux est devenu Suez). En 2015, j'ai souhaité évoluer vers de nouvelles missions et c'est tout naturellement que j'ai saisi l'opportunité de prendre le poste de Responsable des Campagnes Médias chez GRDF.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Trouvez de bons stages, qui vous permettent de voir ce que vous aimez ou pas. C'est un bon entraînement avant le monde du travail. Quand vous serez embauché, c'est l'expérience qui prime avant tout. Donc donnez tout lors de vos stages !



FLORENT DEMARS

PGE 2014

MON JOB, MES MISSIONS

Je suis actuellement **Brand Manager** à Bacardi UK à Londres, en charge de dix marques dont Patrón Tequila, St-Germain, et j'encadre huit personnes : 2 Trade Marketing manager et 6 ambassadeurs de marque. Ma mission principale consiste à gérer les marques et à les faire évoluer pour générer des volumes et profits tout en respectant leur image. J'ai un total contrôle sur la stratégie à court et long terme, les budgets Marketing entre "Above the line" et "Below the line", les KPIs des forces de ventes, les innovations, le recrutement et la gestion de mon équipe, etc.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Dès la fin de mes études, je savais que le dernier stage allait avoir un impact sur la suite de ma carrière et j'ai donc cherché dans le secteur que je voulais (vins et spiritueux), le poste que je voulais (Assistant Brand Manager) et dans la zone que je voulais (USA). Mes objectifs étant clairs, j'ai donc tenté ma chance et trouvé le stage parfait en tant qu'Assistant Brand Manager chez Remy Cointreau à New York ! À la fin de mon visa, Remy Cointreau UK m'a recruté et je suis resté quelques années sur ce poste. Depuis août 2017, j'ai la chance de travailler chez Bacardi en tant que Brand Manager.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Faites le plus de stages possible ! Prenez le temps de chercher votre stage de fin d'études que ce soit via LinkedIn ou IDRAC Network car il vous aidera à trouver le premier emploi et déterminera le début de votre carrière.



BENOÎT DUCHATELET

MGE 1996



MON JOB, MES MISSIONS

J'ai créé en 2011 une **agence de communication digitale** pour aider mes clients à maîtriser leur visibilité sur Internet : eRéputation, le personal branding, le community management, le brand content ou encore la définition des stratégies éditoriales digitales. J'accompagne aussi bien des particuliers, des entreprises pour la marque employeur ou les associés d'une société qui comprennent qu'ils en sont les ambassadeurs.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Après un long parcours en finance et en gestion de patrimoine, j'ai enfin réalisé que je m'épanouissais plus en communication qu'en gestion. C'est à ce moment que j'ai décidé de me lancer dans l'eRéputation, la communication numérique et le Community Management. Osez le changement !

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Un seul mot d'ordre : prendre soin de son Double Numérique ! Le personal branding et l'eRéputation commencent à l'école, veillez à votre image sur les réseaux sociaux.



MORGANE LE BRETON

SDM 2017

MON JOB, MES MISSIONS

Je suis **Responsable Marketing et Communication** chez *Maison Le Breton*, qui est une entreprise familiale implantée dans le Sud de la France spécialisée dans le domaine du vin. Si je résume mon métier, c'est de m'assurer que je délivre le bon message aux bonnes personnes et qu'il soit compris de la bonne manière. Ce message passe bien sûr par tous les supports de communication, mais aussi par les produits, les profils des produits, les packagings et j'ai donc des missions très diverses comme le marketing produit, le marketing, la communication, etc. Ce qui me plaît le plus dans mon métier c'est de pouvoir innover, tester de nouvelles choses et de voir la stratégie se concrétiser.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai effectué tout mon parcours post-bac à l'IDRAC Business School, sur le campus de Montpellier, où j'ai été diplômée en 2017 d'un master, qui à l'époque s'intitulait « stratégie de marque ». J'ai tout de suite intégré l'entreprise familiale après mon diplôme. Je ne devais y rester à la base que pour un an, mais je m'y sens finalement très bien, et après 5 ans je pense y rester encore longtemps.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Vous êtes maîtres de votre diplôme et vous pouvez en faire tout ce que vous en souhaitez. Il faut vivre des expériences diverses, dans des industries différentes, des pays différents afin de pouvoir se construire soi et construire ses compétences. Cela permet de gagner une réelle agilité et de pouvoir réaliser plein de missions. Bref, il ne faut pas avoir peur de sortir de sa zone de confort.



ANTOINE MERCADAL

BAC+5 2010



MON JOB, MES MISSIONS

Je suis actuellement en **charge de l'organisation des événements** dans le monde entier pour Criteo, sur les périmètres internes, externes, et certains spécifiques à la R&D de l'industrie «Tech». Mon rôle est de concevoir des événements répondant à des objectifs de communication (interne, relations publiques, marketing, "employer branding", RSE...) et de mettre en place la structure organisationnelle permettant de les produire efficacement, avec un budget donné et un retour sur investissement optimisé.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

L'événementiel est une passion, et j'ai la chance d'avoir eu le déclic tôt. J'ai donc commencé mon parcours chez Monte-Carlo SBM, en charge de l'organisation des événements pour les clients corporate asiatiques et monégasques, je suis ensuite parti chez l'annonceur, organiser les événements France pour MicroStrategy, puis les congrès médicaux internationaux chez Nestlé Skin Health.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Focalisez vos recherches sur une fonction, ou sur un secteur d'activité, en lien avec vos aspirations futures. Tentez de garder une cohérence entre un stage et le suivant pour que l'histoire que vous raconterez aux recruteurs ait du sens.



THIBAUD NICOLIN

BAC+5 2011

MON JOB, MES MISSIONS

Chargé de Marketing au Comité National Olympique et Sportif Français, j'accompagne les partenaires olympiques dans leurs opérations marketing autour de l'équipe de France olympique et des valeurs sociétales du sport. Au quotidien, je dois être force de proposition et jouer un rôle de support auprès des partenaires pour valoriser leurs engagements contractuels et contribuer à la promotion du sport et de l'olympisme dans l'hexagone.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la fin de mon Bac +5, j'ai effectué mon stage de fin d'études en tant qu'Assistant Chef de Produit EA Sports. J'ai pu notamment participer au lancement du jeu vidéo FIFA et des différents jeux du label. Ensuite, j'ai démarré une expérience de 3 ans à la Fédération Française de Tennis. Chargé de Projet Digital, j'ai participé à l'organisation du tournoi de Roland-Garros, une expérience extraordinaire ponctuée de missions passionnantes dans l'univers du marketing sportif. Depuis novembre 2014, j'évolue au sein du Comité National Olympique et Sportif Français.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Consolidez vos connaissances et partez sur le terrain pour mettre en pratique ce que vous apprenez à l'école. Si vous êtes débrouillard, travailleur et malin, vous saurez tirer votre épingle du jeu dans le monde de l'entreprise.





L'INTERNATIONAL,
IL Y A CEUX
QUI EN PARLENT
**ET CEUX QUI
LE VIVENT.**

Directeur marketing digital



LE DIRECTEUR MARKETING DIGITAL A POUR MISSION DE CONCEVOIR, DE METTRE EN ŒUVRE ET D'ANIMER LA POLITIQUE MARKETING DE L'ENTREPRISE EN COHÉRENCE AVEC LA STRATÉGIE GÉNÉRALE. IL A POUR OBJECTIF D'AMÉLIORER LA VISIBILITÉ DE L'ENTREPRISE ET DE DÉVELOPPER LES VENTES EN LIGNE.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Concevoir**
 - Mettre en place un plan de communication online
 - Élaborer et gérer le budget marketing online de l'entreprise
 - Étudier le marché global et la concurrence pour adapter les stratégies
 - Établir et gérer le périmètre des opérations digitales
- **Développer**
 - Définir la stratégie marketing sur les différents canaux digitaux
 - Définir les objectifs à atteindre sur les supports online
 - Définir les outils à développer pour augmenter le trafic et dynamiser les ventes en ligne sur les outils online
- **Évaluer**
 - Analyser les résultats et indicateurs de suivi pour adapter la stratégie marketing
 - Recueillir les datas pour définir les profils des utilisateurs et adapter la stratégie



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Sens de l'analyse et de l'écoute
- Maîtrise du marketing mix et des outils marketing
- Être à l'aise avec les chiffres
- Organisation
- Gestion du stress
- Bonne compétences de gestion de projet
- Appétence pour le digital



RÉMUNÉRATION

45k€ à 110k€

Responsable de stratégie digitale



LE RESPONSABLE DE LA STRATÉGIE DIGITALE A POUR MISSION DE DÉVELOPPER LA STRATÉGIE MULTICANALE DE L'ENTREPRISE. IL CONÇOIT AVEC SES ÉQUIPES EN INTERNE ET EN EXTERNE DE NOUVEAUX PRODUITS ET SERVICES DIGITAUX ET VISE AINSI À MAXIMISER LES POINTS DE CONTACT ENTRE L'INTERNAUTE ET LA MARQUE.



MISSIONS PRINCIPALES

➤ Concevoir

- Analyser le positionnement des produits et services sur le web
- Comprendre et évaluer les tendances actuelles et les besoins des utilisateurs
- Qualifier l'impact des nouvelles tendances sur les produits

➤ Développer

- Définir des axes de création de valeur
- Concevoir des concepts liés aux offres digitales ou aux services interactifs
- Décliner les concepts en produits et services innovants
- Définir le positionnement et la stratégie de marque
- Définir et gérer le budget marketing

➤ Évaluer

- Planifier et coordonner les différents projets
- Assurer le reporting auprès des directions concernées



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques de veille
- Maîtrise des techniques de marketing stratégique
- Curiosité et goût pour l'investigation
- Capacité d'écoute
- Goût pour la technique et le digital
- Force de proposition
- Créativité et réactivité
- Capacité d'analyse

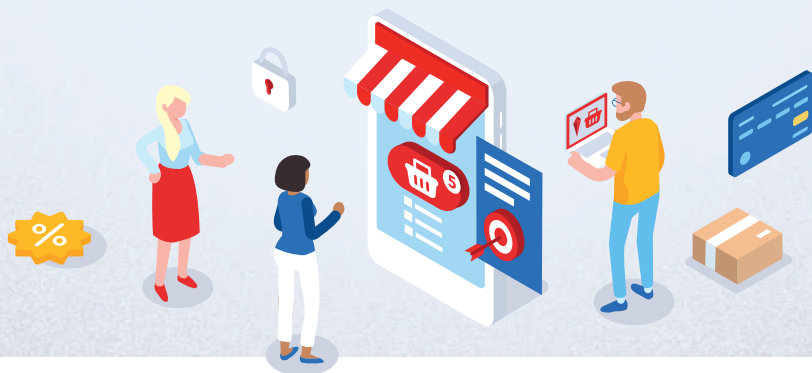


RÉMUNÉRATION

30k€ à 65k€



Directeur e-commerce



LE DIRECTEUR E-COMMERCE DÉFINIT LA STRATÉGIE MARKETING ET COMMERCIALE ASSOCIÉE AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE EN COHÉRENCE AVEC LA STRATÉGIE GLOBALE ET MULTICANALE DE L'ENSEIGNE. IL ENCADRE LES ÉQUIPES, PILOTE LES PROJETS, COORDONNE LES ACTIVITÉS AFIN D'ATTEINDRE LES OBJECTIFS COMMERCIAUX FIXÉS PAR LA DIRECTION.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Concevoir**
 - Proposer un projet de stratégie e-commerce
 - Assurer une veille concurrentielle commerciale et technologique
 - Définir les objectifs de développement
- **Développer**
 - Veiller à garantir la progression de la part de marché en s'assurant de la performance
 - Mettre en place des actions pour développer une présence sur le web
 - Garantir la cohérence des actions du e-commerce avec la stratégie marketing
- **Évaluer**
 - Analyser les indicateurs de gestion commerciale et arbitrer le pilotage de l'activité
 - Élaborer des plans d'action spécifiques au regard des indicateurs
 - Assurer les reportings



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissances en gestion
- Capacité d'analyse et de synthèse
- Bonnes connaissances en droit commercial
- Qualités rédactionnelles
- Sens de l'animation et de la conduite de projet
- Capacité de prise d'initiative
- Méthode et rigueur
- Adaptation
- Organisation

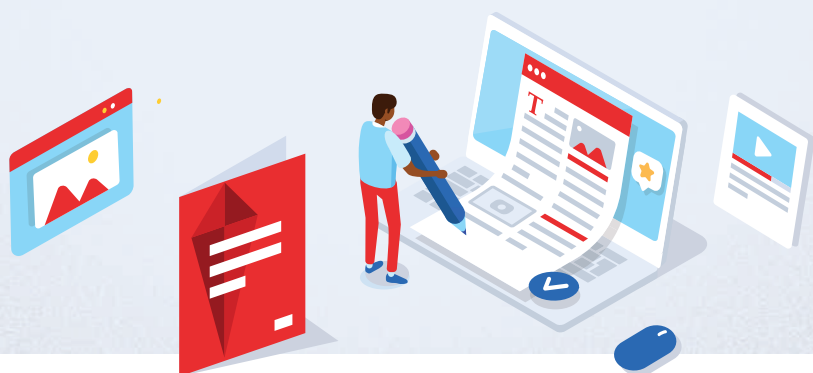


RÉMUNÉRATION

36k€ à 70k€



Content manager



LE CONTENT MANAGER CRÉE ET GÈRE DES CONTENUS NUMÉRIQUES SUR LE WEB POUR UNE ENTREPRISE AFIN D'OPTIMISER LA RELATION CLIENT. SON PÉRIMÈTRE D'ACTION EST MULTICANAL ET MULTISUPPORT EN LIEN AVEC LES DIFFÉRENTS MÉTIERS DU MARKETING.



MISSIONS PRINCIPALES

➤ Concevoir

- Analyser les comportements des consommateurs pour cerner les tendances du marché
- Effectuer des analyses de tendances, suivre les évolutions en termes de storytelling
- Rassembler les informations liées aux produits

➤ Développer

- Concevoir une stratégie éditoriale web selon les besoins et les cibles
- Garantir la cohérence des différents supports
- Élaborer des stratégies d'e-influence et d'e-réputation
- Produire ou faire produire le contenu marketing

➤ Analyser

- Assurer la mise à jour des contenus et le suivi de la planification éditoriale
- Suivre les résultats en termes d'acquisition de trafic
- Réaliser la mesure et le suivi de la qualité des contenus



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Bonne connaissance des différentes techniques d'études marketing
- Qualités rédactionnelles
- Connaissance des outils de référencement
- Ouverture et curiosité d'esprit
- Intérêt pour les nouvelles technologies
- Créativité
- Sens du travail en équipe
- Rigueur

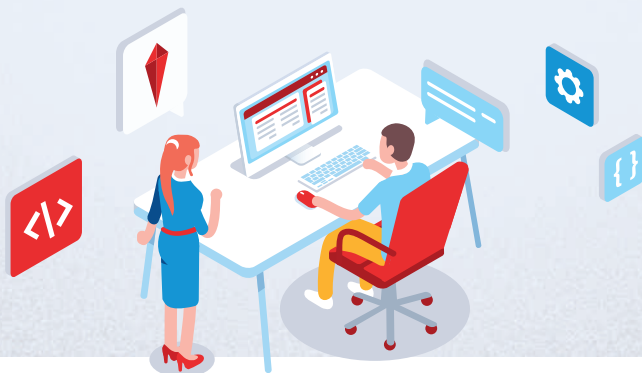


RÉMUNÉRATION

40k€ à 70k€



Responsable éditorial web



LE RESPONSABLE ÉDITORIAL WEB EST CHARGÉ DE GÉRER, STRUCTURER ET ACTUALISER LE CONTENU D'UN SITE WEB EN COHÉRENCE AVEC LA LIGNE ET LA STRATÉGIE ÉDITORIALES. IL ORGANISE LA PRODUCTION ÉDITORIALE EN S'APPUYANT SOIT SUR DES CONTRIBUTEURS INTERNES, SOIT SUR DES CONTENUS ACHETÉS À DES PRESTATAIRES EXTERNES.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Concevoir**
 - Animer ou participer au comité éditorial
 - Proposer une ligne éditoriale web
 - Définir les calendriers de publication
- **Développer**
 - Mettre à jour et créer de nouveaux contenus
 - Organiser la production éditoriale
 - Concevoir et intégrer les contenus
 - Maintenir la cohérence, l'attractivité et la fluidité des contenus de l'ensemble des supports
- **Évaluer**
 - Manager une équipe de rédacteurs, de lecteurs et de community managers
 - Gérer des plannings et des délais



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Langages de base du web (HTML, XML)
- Maîtrise des systèmes de gestion de contenus
- Excellentes capacités rédactionnelles
- Fiabilité, rigueur et organisation
- Curiosité
- Adaptabilité
- Travail d'équipe



RÉMUNÉRATION

28k€ à 50k€



Data officer



LE DATA OFFICER COLLECTE ET ANALYSE L'ENSEMBLE DES DONNÉES LIÉES À L'ENTREPRISE. IL LES TRAITE ET LES QUALIFIE POUR LES COMMUNIQUER AUX SERVICES CONCERNÉS AFIN QU'ELLES SERVENT DE BASE À LA CRÉATION STRATÉGIQUE.



MISSIONS PRINCIPALES

► Concevoir

- Développer une stratégie et des outils de collecte des données
- Mettre à disposition des autres services les données collectées
- Développer une politique de protection des données en interne et en externe

► Développer

- Collecter les données en interne et en externe
- Trier et compiler les informations en analysant l'impact sur la stratégie d'entreprise

► Évaluer

- Contrôler la cohérence et la qualité des données récoltées
- Traduire les données récoltées pour servir les services concernés et la politique commerciale
- Sensibiliser l'ensemble des parties prenantes à la culture de la data



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance RGPD
- Travail en équipe
- Proactivité
- Sens critique
- Esprit d'analyse
- Rigueur
- Fiabilité



RÉMUNÉRATION

45k€ à 85k€



Traffic manager



LE TRAFFIC MANAGER A POUR MISSION D'OPTIMISER TOUS LES LEVIERS D'ACQUISITION DE TRAFIC SUR LE WEB (RÉFÉRENCIEMENT, PARTENARIATS, ETC.) AFIN DE DONNER DE LA VISIBILITÉ AU SITE, DE GÉNÉRER LE MAXIMUM DE TRAFIC ET DE CHIFFRE D'AFFAIRES.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Concevoir**
 - Augmenter la visibilité du site sur les moteurs de recherche
 - Définir le contenu des annonces publicitaires
 - Assurer le suivi d'opérations de retargeting
 - Mettre en place des projets d'acquisition, d'animation de site
 - Faciliter l'accessibilité des plateformes digitales de l'entreprise
- **Développer**
 - Gérer la publicité sur les moteurs de recherche
 - Gérer l'achat d'espaces publicitaires
 - Gérer les campagnes d'e-mailings
- **Évaluer**
 - Utiliser les outils de reporting automatisé du trafic et des parcours clients
 - Analyser les taux de rebond et calculer les taux de conversion
 - Concevoir des tableaux de bord d'activité dans une dimension multicanale



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Anticipation
- Sens de la négociation
- Forte appétence pour le web
- Curiosité
- Sens de l'analyse
- Bon relationnel
- Goût du travail en équipe
- Rigueur et méthode



RÉMUNÉRATION

25k€ à 60k€

Data scientist / Data miner



LE DATA SCIENTIST OU DATA MINER VALORISE L'ENSEMBLE DES DONNÉES CLIENT POUR EN FAIRE UN LEVIER DE CRÉATION DE VALEUR POUR L'ENTREPRISE. IL ANALYSE DES MASSES DE DONNÉES HÉTÉROGÈNES POUR EN EXTRAIRE DE LA CONNAISSANCE UTILE À L'OPTIMISATION DES OFFRES ET SERVICES DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

➤ Concevoir

- Définir les solutions de stockage et la structuration des données
- Déterminer les outils et méthodes d'acquisition de données
- Améliorer la qualité et enrichir les bases de données clients

➤ Produire

- Collecter, sélectionner et valider les données client pertinentes pour l'analyse
- Convertir, coder et cartographier les données de consommation ou d'usage produit
- Concevoir des modèles de détection des insights et des opportunités de marché

➤ Évaluer

- Tester, contrôler la qualité et la cohérence des bases de données
- Analyser l'ensemble des données commerciales



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Esprit d'analyse
- Rigueur et forte concentration
- Capacités d'organisation
- Curiosité
- Goût pour le numérique
- Bonne connaissance des outils de web analyse
- Force de proposition
- Qualité d'écoute



RÉMUNÉRATION

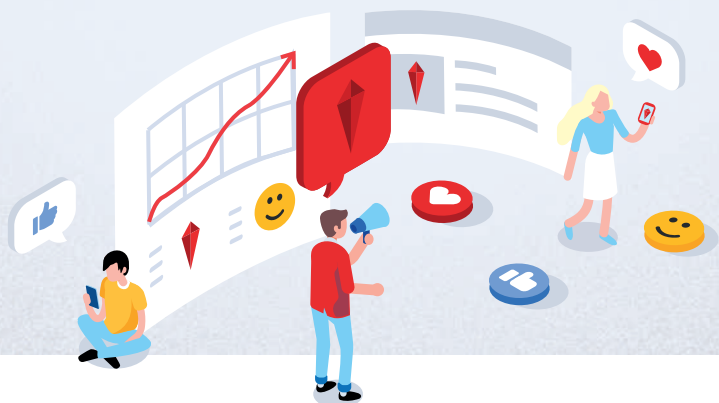
32k€ à 75k€



Marketing Durable

Data scientist / Data miner

Social media manager



LE SOCIAL MEDIA MANAGER A POUR MISSION DE DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE PRÉSENCE NUMÉRIQUE DE L'ENTREPRISE SUR LES DIFFÉRENTS MÉDIAS SOCIAUX POUR LES CLIENTS ET LES PROSPECTS. IL ACCOMPAGNE SA MISE EN ŒUVRE AFIN D'ASSURER UNE BONNE VISIBILITÉ, GÉNÉRER DU TRAFIC ET SURVEILLER L'E-RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Identifier les acteurs les plus influents du web et les lieux d'expression incontournables
 - Participer à la définition de la stratégie marketing digital de l'entreprise
 - Concevoir et formaliser la stratégie social media avec notamment la rédaction d'une charte éditoriale
- **Produire**
 - Optimiser la visibilité de la marque sur internet à travers le développement de la présence digitale
 - Créer et publier régulièrement du contenu à valeur ajoutée
 - Identifier et fidéliser les leaders d'opinion
- **Évaluer**
 - Suivre les résultats en termes d'acquisition de trafic, de fidélisation grâce à des outils de webanalytics
 - Gérer et suivre le budget et le planning de publications
 - Suivre l'e-réputation de la marque



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des nouveaux médias de communication
- Curiosité
- Diplomatie et sens de l'écoute
- Capacités rédactionnelles
- Goût du contact
- Adaptation
- Capacités d'analyse
- Créativité et réactivité
- Sens de l'éthique



RÉMUNÉRATION

40k€ à 70k€



Chef de projet web



LE CHEF DE PROJET WEB ANALYSE LES BESOINS, ORGANISE, PLANIFIE ET MET EN ŒUVRE DES SERVICES OU PRODUITS SUR INTERNET POUR DES CLIENTS INTERNES OU EXTERNES.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Recenser et analyser les besoins des clients
- Rédiger les cahiers des charges en accord avec les donneurs d'ordre (service marketing, service clients...)
- Argumenter les préconisations et définir une enveloppe budgétaire

► Produire

- Établir le planning, définir les ressources, ainsi que le budget détaillé
- Coordonner le travail des différentes équipes : CP techniques et développeurs (MOE), graphistes, designers, e-commerce, paiement en ligne
- Gérer la recette fonctionnelle (tests utilisateurs)

► Coordonner

- Coordonner le déploiement du projet (suivi de la mise en ligne et remontée des incidents)
- Assurer le suivi de la correction des incidents selon leur nature



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise du langage web
- Diplomatie et écoute
- Bon relationnel
- Capacité d'adaptation
- Capacités d'analyse
- Force de proposition
- Créativité et réactivité



RÉMUNÉRATION

30k€ à 60k€



Responsable Experience Client



LE CUSTOMER EXPERIENCE MANAGER EST LE GARANT DE LA SATISFACTION CLIENT DANS L'ENTREPRISE. IL SUPERVISE LE TRAVAIL DES DÉVELOPPEURS POUR OPTIMISER L'ERGONOMIE DES PLATEFORMES, EN ADOPTANT UNE VISION OMNICANALE, POUR GARANTIR UNE EXPÉRIENCE CLIENT OPTIMALE.



MISSIONS PRINCIPALES

➤ Analyser

- Recueillir et synthétiser les retours clients
- Réaliser des benchmarks
- Effectuer une veille sur les évolutions technologiques et les nouvelles normes

➤ Concevoir

- Définir les axes d'amélioration et élaborer un plan d'action adéquat
- Développer de nouveaux outils ou nouveaux produits
- Rédiger un cahier des charges pour transmission aux développeurs et prestataires
- Participer à la construction de l'interface virtuelle

➤ Piloter

- Manager une équipe d'UX designers
- Former et sensibiliser les équipes sur les bonnes pratiques et les outils
- Gérer la mise en place opérationnelle dans les différents services
- Suivre les résultats des tests clients



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

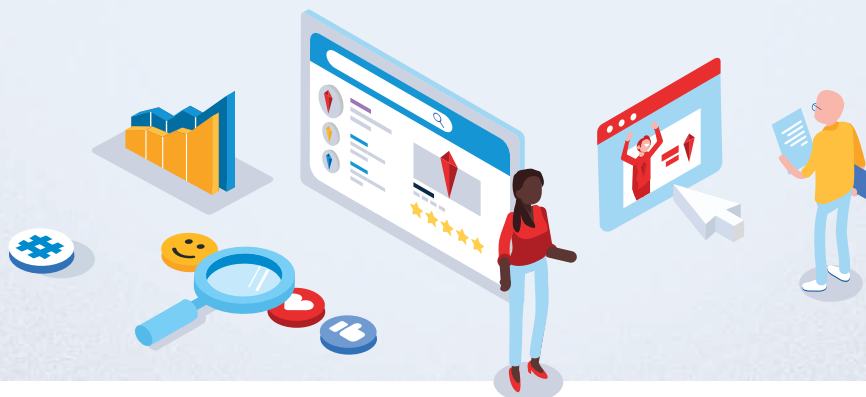
- Maîtrise des nouveaux média de communication
- Curiosité
- Diplomatie et sens de l'écoute
- Capacités rédactionnelles
- Goût du contact
- Adaptation
- Capacités d'analyse
- Créativité et réactivité
- Sens de l'éthique



RÉMUNÉRATION

30k€ à 55k€

Spécialiste SEM



LE SEM MANAGER GÈRE L'ENSEMBLE DES CAMPAGNES DE RÉFÉRENCEMENT WEB, QU'IL SOIT NATUREL (SEO), PAYANT (SEA) ET SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (SMO) POUR AUGMENTER LA VISIBILITÉ DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

► Concevoir

- S'informer sur les évolutions des algorithmes des plateformes cibles
- Définir les mots clés pour optimiser la visibilité du site internet sur les moteurs de recherche
- Définir le contenu des campagnes de publicité sur internet
- Définir la stratégie éditoriale et d'influence sur les réseaux sociaux, en collaboration avec le content manager ou le responsable influence

► Développer

- Accompagner la rédaction du site internet selon les objectifs SEO et mots-clés
- Gérer la publicité sur les moteurs de recherche
- Gérer l'achat d'espaces publicitaires
- Mettre en place des actions d'acquisition et d'animation de site

► Évaluer

- Analyser les performances et ROI des campagnes payantes avec les outils de reporting
- Suivre l'évolution des visites sur le site web et les parcours clients
- Analyser les statistiques sur les réseaux sociaux
- Réaliser des reportings hebdomadaires et mensuels sur les performances
- Adapter les campagnes suite à l'étude des performances



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise du langage web
- Expertise des techniques SEO, SEA et SMO
- Connaissances des différents modes de récupération (CPC, CPA, CPL, etc.)
- Capacités rédactionnelles
- Esprit analytique
- Gestion de projet
- Excellent relationnel
- Aisance avec l'analyse de données chiffrées
- Forte appétence pour le web
- Goût du travail en équipe
- Management



RÉMUNÉRATION

40k€ à 70k€



Growth Hacker



LE GROWTH HACKER (OU GROWTH MARKETING MANAGER) A POUR BUT D'OPTIMISER LES PROCESSUS D'ACQUISITION POUR CONVERTIR UN MAXIMUM DE CLIENTS POTENTIELS EN UN TEMPS TRÈS COURT, ET FAVORISER LEUR RÉTENTION. IL A POUR MISSION D'AUGMENTER RAPIDEMENT LES PROFITS D'UNE START UP OU D'UN NOUVEAU PRODUIT GRÂCE À DES « HACKS ».



MISSIONS PRINCIPALES

- **Concevoir**
 - Identifier les performances des campagnes webmarketing et définir les leviers d'optimisation
 - Analyser les parcours clients pour la mise en place de campagnes dédiées
 - Élaborer des stratégies selon le modèle AARRR (Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenues)
 - Réaliser les contenus des campagnes, sites web et réseaux sociaux, en lien avec l'équipe communication / marketing
- **Développer**
 - Piloter les actions d'optimisation des campagnes marketing
 - Développer et mettre en place des « hacks » d'automatisation pour décupler les performances des campagnes
 - Assurer une veille des innovations technologiques et des nouvelles pratiques
 - Tester les actions via des campagnes A/B testing
- **Évaluer**
 - Analyser les performances des campagnes
 - Suivre les différents KPIs pour pouvoir adapter les campagnes



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des nouveaux médias de communication
- Expertise des techniques de webmarketing
- Connaissances en développement web
- Appétence et curiosité pour la tech et les sujets data
- Orientation performance et ROI
- Polyvalence
- Créativité
- Sens de l'initiative et force de proposition
- Prise de décision
- Organisation
- Sens de l'analyse et esprit critique
- Capacité d'adaptation



RÉMUNÉRATION

35k€ à 65k€

ALICE CACHERA

BAC+5 2014



MON JOB, MES MISSIONS

Actuellement cheffe de projet web au sein du groupe GL events, j'accompagne les équipes business dans la conception et la conduite de leurs projets digitaux tels que sites web, applications mobiles ou chatbots. Au quotidien, je suis garante des engagements et de la qualité des projets, je coordonne les équipes créatives et, en collaboration avec le directeur de production, j'anime les équipes techniques autour de plusieurs projets simultanément.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Mon dernier poste en alternance s'est transformé en CDI dans une agence de communication grenobloise où je suis restée un peu plus de 4 ans. J'ai beaucoup appris car nous étions 4 et j'étais seule en charge des projets digitaux (de la première rencontre client à la maintenance post-livraison). Ensuite, j'ai renforcé mes connaissances en gestion de projet et management transversal dans une agence de communication lyonnaise. Dernièrement, j'ai rejoint le groupe GL events avec des projets ambitieux et l'acquisition de nouvelles compétences managériales.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Soyez professionnel, compétent dans votre domaine et sympathique ;)

MON JOB, MES MISSIONS

Je suis actuellement en poste chez *Okédito*, une agence de croissance digitale, où j'accompagne mes clients BtoB dans ma mission de **responsable de projet marketing digital et RevOps**. Mes objectifs au quotidien : aider les équipes marketing, vente et service client à synchroniser leurs efforts et générer des revenus durablement grâce au digital. Cela passe par des missions aussi diverses que le conseil stratégique, la construction de campagnes inbound et outbound, la production de contenus (podcasts, livres blancs, articles, etc.). Et l'accompagnement dépasse le simple marketing, car nous imaginons, déployons et formons nos clients aux outils "MarTech" (Marketing Technologies) qui les feront briller et prendre de l'avance sur la concurrence ! Les sujets CRM, Marketing Automation, ou encore IA sont le quotidien à l'agence !

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Avant de rejoindre l'équipe Okédito où j'ai maintenant plaisir à accompagner des clients de toute taille et tout secteur ; j'ai suivi jusqu'en 2020 le Programme Grande Ecole de l'IDRAC Business School où j'ai monté l'association de voile, pour ensuite passer la période COVID à développer la Réserve d'Impression 3D, intégrer le conseil d'administration IDRAC alumni et enfin manager le marketing chez Friax Industrie pendant 2 ans. Un programme bien chargé où je me suis formé et spécialisé dans le marketing international et digital que je continue de découvrir. C'est la diversité des missions et la richesse des rencontres qui me font avancer !

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Il faut être curieux, ouvert et sortir des sentiers battus. Il ne faut pas hésiter à faire ses propres recherches, chercher de l'inspiration en dehors des cours et de l'école, innover et tester... Même si cela ne fonctionne pas au final, on apprend toujours quelque chose au passage. Ne soyez pas timide, faites des rencontres, parlez de vos idées, challengez celles que l'on vous présente, c'est comme ça que naissent les beaux projets !

TÉMOIGNAGE 

SIMON JACQUOT

PGE 2020



CRISTINA MENDOZA

PGE 2015



MON JOB, MES MISSIONS

Depuis 2016, je travaille en tant que **Traffic Manager** à la régie de *Digischool*, éditeur de contenus pédagogiques. En résumé, je suis chargée de programmer, diffuser et suivre les campagnes publicitaires de nos clients. Mon poste demande de la polyvalence et il permet de mettre en application mes compétences en marketing, web, commerce, relation client, intégration, communication et stratégie apprises pendant mes études.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la fin de mes études, j'ai effectué un stage en tant que cheffe de projets digitaux au sein d'un groupe pharmaceutique. J'y ai rencontré des tuteurs et collègues passionnés par la transformation digitale qui m'ont donné envie de continuer sur cette voie. Dès l'obtention de mon diplôme, j'ai été embauchée à Digischool en CDD et puis très rapidement en CDI. J'avais envie de commencer ma carrière dans une petite structure ou une start-up sur un poste formateur.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Aujourd'hui ce n'est pas le diplôme qui fera la différence et qui vous ouvrira les portes, il faut travailler sur le savoir-être, travailler votre réseau. Et puis, réalisez des stages en entreprise et si possible en alternance, cela est vraiment formateur et aujourd'hui c'est un critère indispensable à votre embauche.



ROBIN PALAZZOLO

BAC+5 2017

MON JOB, MES MISSIONS

Depuis avril 2019, je suis garant de l'intégralité des aspects digitaux et e-commerce pour la marque *Quechua* de *Decathlon*. Plus concrètement, pour vendre nos produits sur le site de *decathlon.fr*, nous devons gérer les approvisionnements, les implantations de produits, les campagnes de trafic payant, le rédactionnel des fiches produits, le dynamisme commercial, l'omnicanalité, et encore bien d'autres éléments. À la tête d'une équipe de 3 personnes, je suis responsable des performances engendrées et des atteintes de nos objectifs.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la fin de mon stage de fin d'études à Decathlon, on m'a proposé un CDD pour m'occuper essentiellement du déploiement du test projet réalité virtuelle auprès des magasins en France. En Janvier 2018, Decathlon m'a gardé en CDI sur un poste de **Digital Leader** afin d'accompagner la marque sur l'intégralité des projets digitaux. Au fur et à mesure, j'ai développé mon champ de compétences pour m'occuper de l'intégralité de la gestion e-commerce.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Trouvez votre voie ! Quand on aime ce qu'on fait, tout devient plus simple. C'est vraiment un facteur primordial à la réussite personnelle et professionnelle.



VICTOR RASSION

BACHELOR 2015



MON JOB, MES MISSIONS

J'occupe actuellement la fonction de **Product Owner** au sein de la Consumer Experience Digital Factory du Groupe Michelin. En ce moment, ma mission se concentre autour du projet qui vise à fusionner les expériences consommateurs des pneus automobiles, moto et vélo au sein d'un seul site internet. Je déploie cette expérience dans le monde entier et pilote les évolutions fonctionnelles de ce produit. Cette mission allie à la fois un aspect technique avec le pilotage du développement d'un produit en méthode Agile et un aspect marketing digital avec un rôle de conseil vis-à-vis de mes interlocuteurs internes.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Lors de ma dernière année d'études réalisée en alternance, j'ai rejoint les équipes de la Direction Digitale du Groupe Michelin en tant que chef de projet digital, un beau poste dans un groupe international. À l'issue de mon alternance le Groupe Michelin m'a réitéré sa confiance et proposé de continuer la route ensemble.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Découvrez, entreprenez, développez des projets en parallèle de vos études afin de mettre en pratique et valoriser vos enseignements théoriques. C'est ainsi que vous pourrez vous différencier et vous distinguer vis-à-vis des recruteurs.



ACHAT
SUPPLY CHAIN
RESPONSABLE

**ACHAT &
SUPPLY CHAIN
RESPONSABLE**

ACHAT &
SUPPLY CHAIN
RESPONSABLE

LES ACHATS ET SUPPLY CHAIN RESPONSABLES ENGLOBENT LES MÉTIERS AXÉS SUR L'APPROVISIONNEMENT DURABLE, LA GESTION ÉTHIQUE DES CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT ET LA RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL TOUT EN OPTIMISANT L'EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE ET LA QUALITÉ DES PRODUITS.



PRINCIPAUX OBJECTIFS

- Améliorer la compétitivité de l'entreprise
- Trouver des solutions pour limiter les coûts et l'impact écologique
- Optimiser les techniques de fabrication
- Accroître le taux de rentabilité
- Proposer des produits qualitatifs et fiables



PRINCIPALES MISSIONS

- Négocier les prix les plus bas auprès des fournisseurs
- Construire un panel solide de fournisseurs
- Optimiser les flux logistiques



QUALITÉS NÉCESSAIRES

- Sens de la négociation
- Ténacité
- Résistance au stress
- Excellent relationnel
- Rigueur
- Curiosité d'esprit
- Mobilité
- Fiabilité

Directeur des achats



LE DIRECTEUR DES ACHATS DÉFINIT ET MET EN ŒUVRE LA POLITIQUE D'ACHATS DE L'ENTREPRISE EN LIAISON AVEC LA DIRECTION GÉNÉRALE. IL GARANTIT LA RÉALISATION DES OBJECTIFS QUALITATIFS, QUANTITATIFS, ORGANISATIONNELS ET FINANCIERS EN MATIÈRE D'ACHATS DE PRODUITS ET/OU DE SERVICES.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir**
 - Assurer une veille économique sur les évolutions du marché
 - Définir une stratégie achats pour l'entreprise
 - Décliner cette stratégie générale par domaine d'achats
- **Optimiser**
 - Intervenir en appui aux acheteurs sur des négociations
 - Négocier directement auprès des prestataires et fournisseurs clés de l'entreprise
 - Mettre en place des procédures permettant d'améliorer la performance générale du département achats
- **Coordonner**
 - Veiller à l'optimisation du sourcing achats
 - Mettre en place des indicateurs de suivi de la performance
 - Veiller à la bonne réalisation de conditions contractuelles négociées et arbitrer les litiges éventuels



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques de négociation
- Charisme
- Forte résistance au stress
- Excellent relationnel
- Créativité
- Sens de l'écoute
- Hauteur de vue
- Ouverture d'esprit
- Ténacité



RÉMUNÉRATION

70k€ à 130k€



Directeur supply chain



LE SUPPLY CHAIN MANAGER A POUR MISSION DE CONCEVOIR LA STRATÉGIE GLOBALE DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE ET D'EN ASSURER LA MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE. IL ASSURE LA COORDINATION ET LA COOPÉRATION DE L'ENSEMBLE DES INTERLOCUTEURS DE LA SUPPLY CHAIN TANT INTERNES QU'EXTERNES, DANS L'OBJECTIF D'AMÉLIORER LA COMPÉTITIVITÉ DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir**
 - Définir les orientations stratégiques et opérationnelles de la supply chain à long et moyen termes
 - Être en charge de la conception, organisation et optimisation des flux d'informations logistiques entre les différents acteurs
 - Coordonner et synchroniser l'ensemble des activités de la supply chain
- **Optimiser**
 - Mettre en place des tableaux de bord et indicateurs de mesure de la performance
 - Suivre la mise en œuvre opérationnelle des plans d'action définis
- **Évaluer**
 - Développer et animer les activités et services proposés aux clients et assurer la satisfaction du client
 - Analyser les besoins clients afin d'anticiper la demande
 - Développer la relation avec les fournisseurs, les prestataires, et créer de nouveaux partenariats.



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques de la supply chain
- Connaissance des outils de pilotage et des indicateurs de performance
- Esprit d'équipe
- Esprit d'analyse
- Leadership
- Rigueur et réactivité
- Sens de l'anticipation
- Capacité de négociation



RÉMUNÉRATION

45k€ à 90k€



Responsable sourcing achats



LE RESPONSABLE SOURCING ACHATS DÉPLOIE ET ANIME UN PROGRAMME DE RÉFÉRENCIEMENT DES FOURNISSEURS EN COLLABORATION ÉTROITE AVEC LES ACHETEURS ET LES CHEFS DE PRODUIT.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Définir**
 - Analyser la « roadmap » produit (ensemble des caractéristiques produit)
 - Étudier les conséquences liées au lancement d'un produit sur le process achats
 - Préconiser des ajustements de l'offre produit en fonction des contraintes achats
- **Optimiser**
 - Étudier, constituer, mettre à jour et gérer le portefeuille fournisseurs
 - Gérer et informatiser la base de données fournisseurs
- **Évaluer**
 - Prospecter et identifier de nouveaux fournisseurs sur une zone donnée
 - Apporter un appui aux acheteurs dans les procédures d'appels d'offre
 - Participer aux négociations sur l'ensemble des critères (prix, quantité...)



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance du process d'achat
- Maîtrise de la démarche qualité
- Capacité d'écoute
- Diplomatie
- Habileté et fermeté
- Capacités analytiques
- Rigueur et méthode
- Objectivité
- Sens de la négociation



RÉMUNÉRATION

40k€ à 70k€



Responsable logistique



LE RESPONSABLE LOGISTIQUE, EN CONFORMITÉ AVEC LA STRATÉGIE DE SON ENTREPRISE ORGANISE, COORDONNE ET GÈRE LES FLUX DE MARCHANDISES ENTRANTS ET SORTANTS ET VEILLE À OPTIMISER LA GESTION DES STOCKS. IL GARANTIT LA QUALITÉ DE SERVICES À SES CLIENTS, TOUT EN RESPECTANT LES NORMES D'HYGIÈNE ET DE SÉCURITÉ.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Piloter**
 - Coordonner, contrôler les opérations logistiques de réception, expédition, livraison
 - Organiser et contrôler la gestion de stocks de produits
 - Gérer l'approvisionnement et le conditionnement des marchandises
 - Assurer le suivi des commandes auprès des fournisseurs
- **Optimiser**
 - Mettre en place et suivre les indicateurs de performance logistique
 - Garantir les objectifs de qualité, en lien avec la production
 - Participer à l'élaboration du projet stratégique de gestion des flux
- **Évaluer**
 - Suivre les approvisionnements et les relations avec les fournisseurs



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Connaissance des systèmes d'information logistique
- Compétences en gestion
- Rigueur
- Sens de l'organisation
- Capacités d'analyse et de synthèse
- Aptitudes relationnelles
- Capacité de négociation
- Mobilité
- Diplomatie



RÉMUNÉRATION

30k€ à 80k€



Acheteur



L'ACHETEUR SÉLECTIONNE ET NÉGOCIE DES MATÉRIAUX ET/OU DES PRODUITS CONSOMMABLES NÉCESSAIRES À LA PRODUCTION DE L'ENTREPRISE, EN FONCTION D'OBJECTIFS DE VOLUMES, DE COÛTS ET DE QUALITÉ.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Appréhender la stratégie du département achats en liaison avec le directeur des achats
 - Traduire ces axes stratégiques en objectifs qualitatifs et quantitatifs pour la famille d'achats gérés
- **Optimiser**
 - Évaluer ces fournisseurs en fonction des objectifs de qualité, de coûts et de volumes définis avec la Direction achats
 - Constituer un panel de fournisseurs
 - Fixer précisément pour chaque produit ou matériau nécessaire à l'entreprise des objectifs maximaux et minimaux de prix
- **Évaluer**
 - Veiller à la bonne réalisation des accords définis contractuellement
 - Évaluer la satisfaction des Directions métier par rapport aux achats réalisés et aux fournisseurs sélectionnés
 - Auditer et évaluer les fournisseurs



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques de négociation
- Bonne connaissance de la chaîne logistique
- Ténacité et résistance au stress
- Qualités relationnelles
- Curiosité d'esprit
- Goût pour la technique
- Rigueur et fiabilité
- Mobilité



RÉMUNÉRATION

30k€ à 70k€

SOFIA BOUGRINE

BAC+5 2019



MON JOB, MES MISSIONS

Je suis **acheteuse** pour la société Adecco, spécialisée dans les achats externes, c'est-à-dire tous les éléments qui ne touchent pas à la production comme le transport, la cantine, les machines, les équipements des équipes, etc. Ma mission, qui est celle de tout acheteur, est de répondre aux besoins internes du client en intégrant les notions de coût, de qualité, de délai et de plus en plus d'écologie. Je dois notamment effectuer une véritable analyse pour choisir le meilleur fournisseur et négocier tout le package autour de la commodité. C'est un rôle stratégique dans une entreprise aujourd'hui.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai commencé mon parcours au sein de l'IDRAC Business School en Bachelor puis, après une période dans une autre université, j'ai effectué un BAC+5 en Achats et Supply Chain en alternance dans la société Alstom. J'ai ensuite intégré l'entreprise Volvo, avec toujours une spécialisation dans les achats externes (tout ce qui n'est donc pas pièces de voiture), et j'ai récemment rejoint les équipes d'Adecco.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Foncez et éclatez-vous ! Le métier d'acheteur est un beau métier où l'on en apprend tous les jours et vos compétences sont réellement reconnues par l'entreprise. Vous jouez un rôle stratégique. L'achat est également fait pour vous si vous avez des affinités avec les langues, car c'est une compétence du quotidien.



PHILIPPINE LYONNET

PGE 2015

MON JOB, MES MISSIONS

En janvier 2018, j'ai rejoint Swania, entreprise qui regroupe les marques Maison Verte, Baranne, O'Cedar et You sur un poste d'**acheteuse**. Je m'occupe, entre autres, du développement de nouveaux produits pour nos 4 marques présentes en grande distribution, de la gestion d'un portefeuille de produits et de fournisseurs, l'approvisionnement et la supply chain.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Lors de mon stage de fin d'études en tant qu'acheteuse packaging à PAPIERS A PAVIOT, mon responsable m'a proposé de me garder en CDI.

Une belle opportunité pendant plus de 2 ans d'apprendre encore davantage sur mon métier.

En janvier 2018, j'ai souhaité développer de nouvelles compétences et j'ai intégré Swania.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Toujours garder en tête ses objectifs professionnels et personnels pour avoir le meilleur équilibre et être performant. Essayez et lancez-vous, même si vous vous trompez, c'est comme ça que vous apprendrez !



FABIEN NOTTER

BAC+5 2008



MON JOB, MES MISSIONS

Je suis **Directeur Achat** pour le groupe hôtelier *Hilton* sur les régions Asie du Sud-Est et Inde.

Un périmètre qui compte plus de 60 hôtels répartis sur 10 pays et sur lequel nous réalisons une dépense annuelle supérieure à 200 millions USD. Des missions riches qui s'articulent principalement autour de la définition et de la mise en place de la stratégie régionale achats.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Suite à mon MME, j'ai souhaité me spécialiser dans les achats grâce à un Bac+ 5. Mon diplôme en poche, j'ai intégré le domaine de l'hôtellerie dans lequel j'ai évolué pendant 5 ans à *Accor* au siège à Paris. Puis, en 2015 un concurrent américain m'a proposé un beau challenge que je ne pouvais pas refuser : prendre la responsabilité des achats de la zone Asie du Sud-Est et l'Inde pour le *Groupe Hilton* à Singapour.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Il y a de belles opportunités professionnelles à l'étranger à condition d'être courageux, flexible et motivé. Pour les étudiants, tentez l'aventure à l'international dès l'obtention de votre diplôme quitte à partir et chercher directement sur place.

THIBAUT WEBER

MME 2008

MON JOB, MES MISSIONS

Je travaille actuellement chez Goodyear dans les achats où je suis **Category Manager** pour la catégorie acier. Mon scope achat est global et ma mission principale revient à établir une stratégie achat visant à capturer l'innovation de mon marché fournisseur tout en assurant une maîtrise de nos coûts. Cette mission implique une très grande collaboration en interne et en externe et de multiples sous-missions en découlent : optimisation de nos processus, réductions des pertes, extension de nos conditions de paiement, analyses des footprints de nos fournisseurs, etc.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai débuté ma carrière professionnelle par un V.I.E (Volontariat International en Entreprise) aux achats de services chez Arcelor Mittal au Luxembourg. Dix mois après, ils m'engageaient en CDI pour continuer ma mission. Après deux ans sur ce poste, j'ai évolué en interne sur un poste d'acheteur de produits semi-finis (aciers plats) pour nos usines ArcelorMittal Europe. En 2013, j'ai rejoint Goodyear où j'ai eu la chance d'évoluer sur différents postes : commodity manager distribution, EMEA category manager pour la catégorie Renforts et global category manager pour l'acier.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

N'hésitez pas à contacter des diplômés de votre école afin de recueillir leurs conseils et témoignages. Le réseau IDRAC Business School est probablement son plus gros avantage, à vous de jouer pour en tirer le profit maximum !



A smiling Black man with short dark hair and a light beard, wearing a tan button-down shirt over a brown t-shirt. He has his arms crossed and is wearing a black watch and a beaded bracelet on his left wrist. The background is a blurred office environment with desks, computers, and other people working.

**ON PEUT ENCORE
GRANDIR MÊME
QUAND ON A FINI
SA CROISSANCE**



FINANCE RESPONSABLE **FINANCE RESPONSABLE** FINANCE RESPONSABLE

LA FINANCE RESPONSABLE COMPREND DES POSTES QUI VISENT À MAXIMISER LE RENDEMENT FINANCIER VIA DES PRATIQUES FINANCIÈRES NOUVELLES CONSIDÉRANT L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET SOCIAL DES DÉCISIONS FINANCIÈRES.



PRINCIPAUX OBJECTIFS

- Améliorer la compétitivité de l'entreprise
- Améliorer les performances de l'entreprise



PRINCIPALES MISSIONS

- Élaborer des procédures et outils de gestion
- Fournir des prévisions budgétaires
- Analyser et produire des reportings
- Élaborer un budget
- Optimiser les coûts et investissements



QUALITÉS NÉCESSAIRES

- Être à l'aise avec les chiffres
- Rigueur et intégrité
- Capacité à négocier
- Anticipation
- Curiosité et sens critique
- Organisation
- Intégrité intellectuelle

Directeur financier



LE DIRECTEUR FINANCIER SUPERVISE L'ENSEMBLE DES FONCTIONS COMPTABILITÉ, GESTION, TRÉSORERIE, FISCALITÉ ET COMMUNICATION FINANCIÈRE. IL PILOTE LA STRATÉGIE FINANCIÈRE ET BUDGÉTAIRE DE L'ENTREPRISE, LA POLITIQUE D'INVESTISSEMENT ET DE DÉVELOPPEMENT DES DIRECTIONS, EN VISANT DES GAINS DE COMPÉTITIVITÉ.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Élaborer le budget et le plan de l'entreprise
 - Produire les états financiers destinés aux actionnaires, aux instances légales, à la presse, piloter la communication financière
 - Valider les arrêtés comptables et les choix fiscaux
- **Optimiser**
 - Faire fructifier les fonds disponibles
 - Garantir la sécurité des flux financiers
 - Définir les principales orientations des contrôles et indicateurs clés à mettre en place
 - Mettre en place et améliorer les procédures de gestion et d'optimisation des flux
- **Évaluer**
 - Mener des audits préalables d'acquisition, valoriser des actifs sur le marché des transactions
 - Anticiper les besoins en financement externes à court et moyen terme, élaborer les plans de financement



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des différentes techniques comptables
- Capacité à manager
- Aisance relationnelle
- Anticipation
- Rigueur et intégrité
- Curiosité et sens critique



RÉMUNÉRATION 60k€ à 130k€

Contrôleur de gestion



LE CONTRÔLEUR DE GESTION FOURNIT LE RÉSULTAT DE SES ANALYSES ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES, NÉCESSAIRES AU PILOTAGE OPÉRATIONNEL ET STRATÉGIQUE DE L'ENTREPRISE. EN CELA, IL ACCOMPAGNE LE RESPONSABLE OPÉRATIONNEL DANS LA GESTION DE L'ACTIVITÉ ET LA PRISE DE DÉCISION.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Définir les principales orientations des contrôles et indicateurs à mettre en place
- Participer à la définition des objectifs, réaliser des études économiques et financières
- Établir des prévisions de fin d'année

► Construire

- Élaborer et mettre en place les outils de reporting
- Mettre en place et améliorer les procédures de gestion
- Définir les procédures de construction budgétaire et les faire appliquer par les opérationnels non financiers

► Évaluer

- Analyser mensuellement les performances de l'entreprise
- Rédiger les synthèses de commentaires de l'activité
- Collecter, analyser et synthétiser les données budgétaires



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Bonne culture comptable
- Aisance relationnelle
- Rigueur
- Disponibilité et forte capacité de travail
- Organisation et planification
- Anticipation
- Adaptabilité
- Esprit de synthèse
- Curiosité et esprit critique



RÉMUNÉRATION

28k€ à 80k€

Auditeur financier



L'AUDITEUR FINANCIER A POUR MISSION D'AIDER L'ENTREPRISE À ATTEINDRE SES OBJECTIFS EN ÉVALUANT, PAR UNE APPROCHE SYSTÉMATIQUE ET MÉTHODIQUE, SES PROCESSUS DE MANAGEMENT DES RISQUES ET DE CONTRÔLE INTERNE. IL FAIT DES PROPOSITIONS POUR RENFORCER SON EFFICACITÉ.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Recenser les risques et procédures de contrôle du groupe
 - Contrôler la pertinence et l'application de ces procédures par la réalisation d'audits
 - Évaluer l'efficacité du contrôle interne nécessaire à l'établissement des comptes de l'entreprise
- **Construire**
 - Analyser les structures financières et les schémas organisationnels de l'entreprise
 - Établir le plan annuel d'audit et les orientations stratégiques de l'audit des filiales
- **Évaluer**
 - Établir des constats sur les méthodes utilisées, la formalisation des procédures, et leurs conséquences sur la maîtrise des risques
 - Identifier et préconiser des pistes afin d'optimiser les process



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques d'audit
- Connaissances en comptabilité
- Rigueur
- Aisance relationnelle
- Esprit d'initiative
- Disponibilité
- Curiosité et sens critique
- Déontologie
- Goût pour la mobilité



RÉMUNÉRATION

30k€ à 80k€

Conseiller en fusion et acquisition



LE CONSEILLER EN FUSION ACQUISITION PARTICIPE À L'ÉLABORATION DE DUE DILIGENCES COMPTABLES ET FINANCIÈRES, DANS LE CADRE D'OPÉRATIONS D'ACQUISITION ET DE CESSIION POUR LE COMPTE DE CLIENTS CORPORATE ET/OU PRIVATE EQUITY.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Analyser ses activités, ses stratégies, ses leviers de croissance, son positionnement concurrentiel
 - Mener des analyses sectorielles sur son environnement
 - Analyser des performances financières historiques, le budget et le business plan, le bilan et les comptes de résultats
- **Construire**
 - Identifier des indicateurs opérationnels et financiers de performance
 - Élaborer différents types de modèles avancés : valorisations, business plan à moyen terme, impact sur le tissu économique local
- **Évaluer**
 - Réaliser des tests d'audit pour réajuster le prix d'acquisition ou de cession
 - Rédiger les conclusions des tests



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Notions comptables avancées
- Capacités rédactionnelles
- Disponibilité et réactivité
- Forte résistance au stress
- Sens politique, capacité à négocier
- Sens relationnelle et du travail en équipe
- Sens de l'organisation



RÉMUNÉRATION

35k€ à 80k€



Analyste KYC

(Know Your Customer)



L'ANALYSTE KYC EST CHARGÉ D'APPLIQUER LA POLITIQUE DE MANAGEMENT ET DE CONTRÔLE DES RISQUES DE L'ÉTABLISSEMENT. IL GÈRE LES RISQUES EN OPTIMISANT LA RENTABILITÉ FINANCIÈRE DES OPÉRATIONS. IL EST SPÉCIALISÉ PAR TYPE DE RISQUES : CRÉDIT, MARCHÉ, LIQUIDITÉ ET RISQUE OPÉRATIONNEL.



MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser**
 - Évaluer et cartographier l'ensemble des risques de son domaine
 - Participer à la mise en place de techniques de scoring et de sélection de la clientèle
 - Analyser l'ensemble des procédures et des habilitations
- **Construire**
 - Étudier les demandes de financement
 - Prendre position sur la validité des montages et des garanties
 - Orienter les conseillers clientèle ou les chargés d'affaires entreprises lors de la négociation des crédits
- **Évaluer**
 - Analyser les incidents, suivre les données des contrôles de premier niveau
 - Élaborer les tableaux de bord et les états réglementaires
 - Mettre à jour, optimiser et assurer la validité des paramètres de calcul des risques



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Maîtrise des techniques d'analyse financière
- Rigueur et méthode
- Qualités rédactionnelles
- Travail en équipe
- Aisance relationnelle
- Regard 360°
- Qualités pédagogiques



RÉMUNÉRATION

35k€ à 80k€

Asset Manager



LE ASSET MANAGER ASSURE LE SUIVI DU PORTEFEUILLE D'ACTIFS D'UNE ENTREPRISE (IMMOBILIERS, INDUSTRIELS, FINANCIERS, ETC.) DANS LE BUT D'EN AMÉLIORER LA PERFORMANCE ET LA RENTABILITÉ. IL PEUT AGIR POUR LE COMPTE D'UNE ENTREPRISE OU COMME SUPPORT POUR PLUSIEURS CLIENTS.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Évaluer les performances des actifs via des indicateurs clefs et des tableaux
- Réaliser régulièrement un inventaire complet des actifs
- Effectuer les calculs de rentabilité
- Assurer une veille constante sur l'évolution des normes juridiques

► Développer

- Participer à l'achat ou à la vente d'actifs pour le compte des clients
- Élaborer un business plan propre à chaque actif
- Mettre en place un programme d'arbitrage des actifs

► Piloter

- Gérer l'ensemble des prestataires et sous-traitants
- Participer à l'élaboration de la stratégie d'investissement avec la direction générale
- Mettre en place une stratégie commerciale à moyen et long-termes
- Effectuer des reportings réguliers auprès de la direction générale



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Sens de l'organisation et rigueur
- Attention aux détails
- Aisance avec les chiffres et les outils statistiques
- Esprit d'analyse
- Sens du relationnel
- Aisance orale
- Connaissances approfondies en finances
- Expertise dans le domaine d'actifs gérés
- Négociation
- Maîtrise de l'anglais
- Gestion du stress



RÉMUNÉRATION

40k€ à 65k€

Risk Manager



LE RÔLE DU RISK MANAGER EST D'ANTICIPER, D'ANALYSER ET DE QUANTIFIER LES RISQUES POUVANT IMPACTER L'ACTIVITÉ OU LES PERFORMANCES DE L'ENTREPRISE, AFIN D'EN RÉDUIRE LES EFFETS NÉGATIFS. IL DOIT PRENDRE EN COMPTE À LA FOIS LES RISQUES FORTUITS, ET CEUX LIÉS À DES DÉCISIONS STRATÉGIQUES DE L'ENTREPRISE.



MISSIONS PRINCIPALES

► Analyser

- Réaliser des études de marché et des études terrain
- Assurer une veille technique, financière et normative
- Identifier les risques et modéliser les différents scénari
- Effectuer un suivi des risques en fonction d'indicateurs établis

► Piloter

- Élaborer un plan d'action en fonction des risques identifiés
- S'assurer du respect des règles fiscales, juridiques et financières
- Compiler les données des différents services, prestataires et recherches
- Superviser la mise en place des actions dans les différents services
- Mettre en place des actions de crise le cas échéant
- Superviser une équipe de comptables et de financiers

► Communiquer

- Conseiller la direction générale dans les décisions stratégiques
- Rédiger des reportings réguliers à la direction générale
- Informer et former les collaborateurs pour la mise en place d'action



SAVOIR-FAIRE & SAVOIR-ÊTRE

- Esprit d'analyse et de synthèse
- Sens de l'organisation et rigueur
- Capacité d'adaptation rapide
- Expertise en finance, droit et modélisation des risques
- Aisance avec les chiffres et outils statistiques
- Sens du relationnel
- Aisance orale
- Maîtrise de l'anglais
- Négociation
- Gestion du stress



RÉMUNÉRATION

40k€ à 70k€

BAYA AYADI

PGE 2018



MON JOB, MES MISSIONS

Je suis actuellement **contrôleur de gestion** corporate au sein de GL Events, leader mondial de l'évènementiel (+ de 250 sociétés et 1000M€ de CA). Je travaille en binôme avec le directeur contrôle de gestion groupe. Mes principales missions sont les suivantes : consolidation des différentes données des sociétés du groupe, mise en place des outils de pilotage et contrôle du respect des procédures financières et opérationnelles validées en amont par la direction.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

Grâce à mon stage de fin d'études en tant qu'assistante contrôle de gestion chez GL Events Exhibitions (Pôle organisation de salons, i.e. Foire de Lyon, Equita, Sirha, ...), j'ai développé une vraie passion pour les métiers de l'évènementiel et confirmer mon attrait pour la finance. Ayant apprécié ma rigueur et ma motivation, mon tuteur m'a contactée quelques semaines après la fin de mon stage pour me proposer un poste de contrôleur de gestion junior en CDI.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Prenez le temps de postuler aux offres que vous envoient les équipes des Relations Entreprises de l'école. C'est grâce à elles que j'ai atterri chez GL Events !



PIERRE BEUVELOT

BACHELOR 2012

MON JOB, MES MISSIONS

Depuis septembre 2018, j'évolue au sein du Crédit Agricole en qualité de **KYC Analyst** à Singapour. Je suis en charge de la revue périodique des dossiers des entreprises au sein de l'équipe Europe (mise à jour des données, analyse des risques financiers). En partenariat avec les contrôleurs, nous nous assurons que les entreprises partenaires du Crédit Agricole ne représentent pas un risque en termes de blanchiment d'argent ou origine des fonds.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai eu la chance de voyager durant ma jeunesse et le semestre d'études en Malaisie dans le cadre du Bachelor IDRAC Business School m'a vraiment donné goût à l'expatriation. C'est pour cela que je souhaitais retourner à l'étranger, qui plus est en Asie du Sud-Est. Grâce à un V.I.E (Volontariat International en Entreprise), je suis parti à Singapour pour une filiale d'Airbus dans le domaine du contrôle de gestion avant d'intégrer le Crédit Agricole.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Durant votre cursus, essayez de coupler alternance en entreprise et au moins un semestre à l'étranger. Il y a des opportunités partout et il ne faut pas se fermer de porte sous prétexte que « l'on n'est pas assez bon ou que l'on n'y arrivera pas ». Travailler ses langues étrangères et essayer d'acquérir le plus d'expérience possible rapidement.



IKIBAL BOINALI

PGE 2018



MON JOB, MES MISSIONS

Je suis **Auditeur Senior** au sein du rouble **KPMG**, l'un des 4 groupes leaders dans l'audit et le conseil au niveau mondial, et je suis actuellement basé à New-York. Mon poste consiste à avoir une vision d'ensemble sur tous les travaux de commissariat aux comptes, ce qui suppose une grande capacité de management. Je gère actuellement des équipes allant de 5 à 30 collaborateurs. Mes missions incluent également la gestion de projets et le reporting à la direction, puisque nous travaillons directement avec les associés du cabinet qui sont les seuls à pouvoir signer et certifier les comptes.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

J'ai suivi le Programme Grande École à Lyon en spécialisation Finance, Contrôle et Gestion, et j'ai eu la chance d'intégrer les équipes de KPMG dès l'obtention de mon diplôme en 2018. J'ai commencé ma carrière en France mais je me suis rapidement tourné vers l'étranger en allant au Luxembourg, une des places fortes de la finance, où j'ai évolué et je me suis spécialisé dans les fonds d'investissements (Private equity). Une expérience très internationale qui m'a permis en 2020 d'intégrer les équipes KPMG à New-York, toujours dans le domaine des fonds d'investissements.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

D'une part, je dirais qu'il faut toujours croire en ses chances. Par exemple, si pendant mes études on m'avait dit que j'allais travailler à New-York, dans le « financial district », j'aurais eu beaucoup de mal à y croire. Mais il faut être sûr de ses qualités, de ses valeurs et du bagage académique que nous enseigne l'IDRAC Business School. Et d'autre part, ne pas hésiter à capitaliser sur son réseau, et notamment sur les alumni de l'IDRAC Business School qui peuvent être des alliés précieux pour votre carrière, notamment pour comprendre au mieux le métier visé.



MAXIME RENARD

MME 2007

MON JOB, MES MISSIONS

Je suis **responsable de plusieurs classes d'actifs** telles que les actions émergentes, obligations émergentes, obligations convertibles, matières premières et les investissements alternatifs pour *Retraites Populaires*, spécialiste de l'assurance vie et de la prévoyance santé. En tout, je suis responsable d'environ 4,5 milliards de dollars d'actifs que je gère en collaboration avec 4 analystes. Le fonds dans sa globalité fait 24 milliards de dollars.

ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

À la suite de mes études, j'ai commencé à travailler dans un fonds d'investissement spéculatif à Genève. Après une année passée en support aux investissements, je suis passé du côté Trading durant deux ans, principalement sur actions et dérivés actions. Depuis 2010, je travaille dans un fonds de pension où je suis responsable de plusieurs activités d'investissement.

UN CONSEIL POUR LES ÉTUDIANTS

Soyez mobile, que cela soit en France, en Europe, dans le monde. Allez là où sont les opportunités car elles ne viendront pas à vous, peu importe vos qualités. Enfin, soyez curieux, ne restez pas sur vos acquis, le monde bouge et vous êtes de plus en plus sur le marché chaque année.



REJOINDRE L'IDRAC BUSINESS SCHOOL, C'EST REJOINDRE UN RÉSEAU LEADER DE L'ENSEIGNEMENT PRIVÉ EN FRANCE !



14 ÉCOLES
30 CAMPUS



16 000
APPRENANTS

LES SERVICES AUX APPRENANTS



Logement, financements, mobilité, semestre à l'étranger, poursuite d'études, acquisition d'une compétence complémentaire...

Nos équipes sont à votre service !

LA COMMUNAUTÉ



En rejoignant l'IDRAC BS, les apprenants intègrent la **communauté ALUMNI** de leur école mais également la grande communauté ALUMNI des écoles du réseau Compétences et Développement comptant **plus de 120 000 membres** en France et dans le monde.

L'ORIENTATION



Révélez votre potentiel humain avec le **parcours éducatif HEP** autour de 3 valeurs clés :

Humanisme, Entrepreneuriat et Professionnalisme.

L'INTERNATIONAL



FIGS Education accompagne les **apprenants internationaux et ultra-marins** dans leur projet d'études en France : choix du programme, admission, inscription, visa et arrivée sur les campus.

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



Pendant toutes vos études, les écoles et centres de formation du réseau Compétences et Développement vous proposent des formations complémentaires afin d'accroître et d'enrichir vos compétences avec des modules certifiants ou diplômants.

INCLUSION : HANDICAP - DISCRIMINATION - CYBERVIOLENCE

Les écoles du réseau Compétences et Développement s'engagent !



COMPÉTENCES & DÉVELOPPEMENT

Réseau d'écoles et de centres de formation

Au sein du réseau Compétences et Développement une école peut en cacher une autre. Autant d'opportunités pour construire et enrichir en permanence votre parcours de formation.

14 écoles et centres de formation | 16 000 apprenants | 15 bureaux à l'international | 24 campus en France



L'IDRAC BUSINESS SCHOOL EST PRÉSENTE SUR 11 CAMPUS EN FRANCE

IL Y A FORCÉMENT UNE ÉCOLE
PROCHE DE CHEZ VOUS !



RETROUVEZ
TOUTES LES
ADRESSES ET
INFOS PRATIQUES



ET UNE PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL

L'IDRAC Business School, c'est également **6 campus**
à l'international et **plus de 73 partenaires** répartis dans **30 pays**