

## Apprentissage : quelques missions effectuées par les étudiants 2023/24

### Master 2 Marque et stratégies de communication

#### Cultural Foresight Planner Apprentice

- Gérer et superviser le projet de suivi des tendances de l'entreprise
- Cartographier les interrelations entre les tendances culturelles et industrielles
- Suivre les tendances existantes et contrôler leur taille, leur évolution et leur localisation
- Assurer une identification et une détection plus rapides des tendances émergentes
- Prédire les tendances futures ayant un impact sur la convivialité
- Identifier les espaces vides et enrichir la demande des consommateurs

#### Planneur stratégique junior

- Benchmarks concurrentiels
- Analyse de tendances et des comportements consommateurs
- Recherches et synthèses documentaires
- Participation à l'écriture des briefs créatifs
- Participation à la réflexion et à la rédaction des présentations
- Participation à l'écriture du Programme DADA

#### Chef de projet communication

##### 1 - ANALYSE

- Analyse de la communication globale de la marque. Mise en place de reportings hebdomadaires sur les retombées des actions de communication et activations marketing menées sur les différents médiums de communications.

##### 2 - STRATEGIE

- Mise en place de la stratégie globale de communication de la marque en interne et en externe par division (Wholesale, e-commerce, boutiques).

##### 3 - ENCADREMENT

- Suivi des différentes activations et opérations de communication de la marque. Mise en place de process

#### Assistante Chef de projet New Business

##### Le New Business :

- Participation à la réalisation de dossiers de présentation de l'agence dans le cadre d'appels d'offre
- Etude de marché, veille concurrentielle (pige, analyse, synthèse), veille des appels d'offres publics
- Participation au travail d'analyse et de recommandation stratégique et opérationnelle
- Gestion organisationnelle des équipes et process

##### La Communication et les Relations Presse :

- Participation à la promotion de l'image de l'agence via les relations presse (identification de sujets et d'opportunités, aide à la rédaction et envoi des communiqués, veille des retombées, réalisation de la revue de presse)
- Réalisation de la newsletter trimestrielle et participation à la conception et organisation d'événements de communication externes et internes.

### **Assistante Acheteuse d'Art**

En tant qu'Assistant Achat d'art-Production, sous la responsabilité des AA confirmés et de la Direction AA, vous assurerez :

- L'achat d'art en accord avec une stratégie précise : veille sectorielle, production, sourcing de talents (photographes, illustrateurs, 3 déistes, glam teams, casting mannequins, égéries, influenceurs, retoucheurs ...)
- L'organisation & la coordination des shootings photo & vidéo : constitution des équipes artistiques, gestion des plannings, suivi administratif (feuilles de route, bons de commande, fiches de droits).
- Le suivi budgétaire: l'établissement des devis de production et d'achat d'art, le suivi de devis et facturation, la gestion des droits.

### **Brand Marketing Specialist**

- Soutenir le Brand Marketing Manager dans la coordination de la stratégie globale de la marque
- Soutenir la synchronisation des lignes directrices en matière de marketing et de communication avec les différents départements et régions.
- Soutenir la coordination entre le calendrier de lancement des produits et le merchandising.
- Soutenir le Brand Marketing Manager dans le développement de concepts et travailler avec les différentes disciplines pour les activations de la marque et les événements.
- Analyse concurrentielle du marché de la mode et du luxe

### **Assistant social stratégist**

- Au sein de l'équipe Strategy, tu assisteras les équipes Strategie dans les missions suivantes : analyse des marques (Benchmark, Copyreview), analyse des consommateurs (études, analyses qualitatives/quantitatives), recommandation stratégique et créative (définition, brief et suivi créatif, rédaction présentations clients), accompagnement de l'interne (stratégie de communication interne, développement d'outils de veille interne).

### **Content Strategist Executive**

- Élaborer des recommandations tactiques en matière de contenu afin de faire progresser les objectifs commerciaux et les stratégies de marketing de nos clients.
- Négocier des activations de partenariat qui apportent le plus de valeur aux besoins et aux objectifs du client.
- Identifier les tendances et les leaders en matière de contenu et de partenariats expérientiels pour nos clients.
- Servir de chef de projet pour les partenariats de contenu, en veillant à ce que toutes les parties soient responsables du respect des délais et des paramètres du plan approuvé.
- Superviser le processus de création de contenu, notamment en apportant une contribution claire aux principaux produits livrables tels que les storyboards et les ébauches de contenu, ainsi qu'en assistant aux tournages pour s'assurer que le contenu produit est conforme à la stratégie.
- Rédiger des présentations, des mémoires et des points de vue à l'intention des clients.
- Cultiver les relations avec les partenaires, en faisant preuve d'une grande compréhension de leurs activités et de la manière dont le contenu s'y intègre.

### **Assistante attachée de presse**

- Stratégies médias pour les campagnes publicitaires
- Piges, veille, benchmarks concurrentiels
- Assistance à la rédaction des communiqués de presse, des interviews, de la newsletter
- Répondre aux demandes des marchés
- Événementiel : présence lors des événement et imagination du contenu de coeur des événements
- Aide à la logistique : commande des produits, rangement, préparation des colis, etc

### **Assistante Planneur stratégique**

- Participer activement aux compétitions,
- Accompagner les clients de l'agence dans le développement de leur marque et de leur business,
- Insuffler la démarche et la culture de l'agence dans toutes ses recommandations stratégiques.
- Challenger les briefs des clients et prospects Leo Burnett,
- Comprendre et analyser les enjeux d'une marque,
- Être la voix du consommateur en délivrant des insights porteurs et actionnables,
- Concevoir et piloter des études quantitatives et qualitatives,
- « Pitcher » les recommandations stratégiques au sein de l'agence comme aux clients (à l'écrit comme à l'oral),
- Analyser les stratégies des marques concurrentes sur un secteur donné et en dégager des best practices inspirantes,
- Travailler avec les autres planneurs, ainsi que tous les corps de métiers de l'agence.

### **Alternante Planning Stratégique**

- Analyse de cible (insights, social listening, tendances, recherches TGI),
- Benchmark et competitive reviews lors des appels d'offres
- Ecriture de briefs créatifs
- Création de persona et de journeys pour des missions segmentation ou UX

### **Alternante assistante études marketing**

- Participation à la réalisation d'études quantitatives :
- Réception/création des briefs
- Création de questionnaires
- Analyse et exploitation de données
- Création de livrables (présentations Powerpoint) et restitution
- Participation à la réalisation d'études qualitatives (focus group, interviews...) :
- Réception/création des briefs
- Participation à la création de guides d'entretien
- Participation au recrutement de panels
- Coordination sur la mise en place d'entretiens qualitatifs
- Assistanat de chef de projet sur les retranscriptions d'études qualitatives
- Analyse et exploitation de données
- Création de livrables (présentations Powerpoint) et restitution
- Participation au travail avec les équipes internationales :
- Mise en place de vagues d'études de consommation en collaboration avec les équipes internes en France et à l'international

### **Cheffe de pub**

- Participation à la réflexion marketing stratégique : études de marchés, copy review, etc.
- Analyse de la concurrence en termes de stratégie et de communication de marque, benchmark.
- Participation aux briefs clients et briefs créatifs, et suivi de création des campagnes.
- Suivi opérationnel de la production des campagnes sur les différents médias.

### **Social Community Impact**

- Serve our partners through product ordering and budget tracking
- Support community partners on planning and execution of events and high-impact moments (virtual f2f)
- Set up and lead the creation of a Paris Community Impact Report for quarterly business review
- Scope key performant stakeholders and partners as part of Inclusive Communities Portfolio for Paris/France
- Support on Company's Employee Engagement initiatives through Give Your Best

### **Planneur stratégique junior**

- Soutenir le Brand Marketing Manager dans la coordination de la stratégie globale de la marque
- Soutenir la synchronisation des lignes directrices en matière de marketing et de communication avec les différents départements et régions.
- Soutenir la coordination entre le calendrier de lancement des produits et le merchandising.
- Soutenir le Brand Marketing Manager dans le développement de concepts et travailler avec les différentes disciplines pour les activations de la marque et les événements.
- Analyse concurrentielle du marché de la mode et du luxe

### **Chargée de Communication 360**

- Soutenir les équipes dans la coordination d'un ensemble de projets de communications 360°
- Briefer les équipes créatives internes et externes sur les besoins pour les mises en avant de la marque
- Délivrer les éléments de communication auprès de l'ensemble des équipes métiers (CRM, E-com, Communication Magasin, etc.)
- Réaliser des benchmarks de tendances de contenus & d'opérations de communication
- Récolter et comprendre les besoins et objectifs des équipes
- Piloter le cahier des charges
- Piloter les délais et être garant de la qualité des projets

### **Trend Analyst Assistant**

- Réalisation d'études et de rapports en lien avec les tendances de marché (sociétales, entertainment, médias, digitales, technologiques...), avec l'opportunité de proposer et mener des sujets de recherche ;
- Veille de tendances via des sources et logiciels gratuits et payants.
- Accompagnement de la veille autour des nouvelles générations (Gen Z, Gen Alpha, tendances émergentes des réseaux sociaux...), et participation aux divers moyens d'activation (articles, newsletter, présentations...)
- Présentation des études auprès des équipes internes (siège et production), suivi de leur cadre et leur utilisation