

PROFIL & COMPETENCES

BACHELOR EN DIGITAL MARKETING & COMMUNICATION

LES ÉTUDIANT.E.S DE BACHELOR ONT DEUX STAGES A EFFECTUER :

- > Le 1^{er} stage a lieu en début de 2^e année : entre début juillet et fin janvier, durée de 5 à 6 mois.
- > Le 2^{ème} stage a lieu en fin de 3^e année : à partir de début février, durée de 5 à 8 mois.

QUELS SONT LES POSTES QUE LES ETUDIANT.E.S PEUVENT OCCUPER PENDANT LEURS STAGES ?

Les étudiant.e.s sont aptes à rejoindre une agence, ou les équipes marketing et communication d'un annonceur, à des postes d'assistant.e.s des métiers ci-dessous (liste non exhaustive) :

Marketing Manager · Brand Manager · Digital Marketing Manager · Digital Media Manager · Community Manager · Content Manager · Digital Media Planner · PR Manager · Consumer Experience Manager · Consumer Insight Manager · Digital / E-commerce Project Manager · Online Traffic Manager · CRM / Data manager · Communication Manager · Account manager

Les compétences des étudiant.e.s varient en fonction du niveau de formation. Celles-ci sont détaillés ci-dessous.

1^{er} STAGE

QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E DE DEBUT DE 2^{ème} ANNÉE ? L'étudiant.e a suivi un enseignement à temps plein qui lui a permis de développer de solides fondations en analyse et s'est initié.e à la stratégie marketing, communication et (social) média ; il.elle possède également une bonne maîtrise des nouveaux médias, outils et techniques digitales pour s'engager sur la mise en œuvre de stratégies.

Durant leur stage de début de 2^{ème} année, les étudiant.e.s pourront réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise :

ANALYSE DE MARCHÉ & DES CONSOMMATEURS

- Analyser les macro-tendances et leur impact à CT et LT.
- Assurer une veille concurrentielle et technologique.
- Piloter des études de marché qualitatives et quantitatives.
- Rechercher des insights stratégiques et opérationnels.

MARQUE & STRATÉGIE MARKETING

- Mener un audit de marque dans son écosystème digital et identifier les problématiques.
- Piloter des études d'image.



- Actionner les leviers du marketing digital (site internet, réseaux sociaux, application, marketplace, email...) au service de la stratégie marketing globale.

COMMUNICATION

- Définir une stratégie de communication cross canal et préparer le brief créatif.
- Décliner un concept créatif sur les différents supports et canaux.

SOCIAL MEDIA & COMMUNITY MANAGEMENT

- Développer la présence d'une marque sur Facebook, Instagram, Twitter et YouTube en fonction des cibles.
- Définir les objectifs et les indicateurs de performance correspondants à optimiser.
- Définir une ligne éditoriale et développer des calendriers éditoriaux par plateforme.
- Créer du contenu rédactionnel et visuel (PAO, photo, et vidéo).
- Modérer les comptes

SITE INTERNET, MEDIA & ANALYTICS

- Créer et gérer un site internet avec WORDPRESS.
- Analyser les cibles média et concevoir des plans média off/online: Planning, Budget, Kpi's.
- Créer, gérer et optimiser les campagnes Facebook Ads & Google Search (étudiant certifié).
- Analyser les statistiques avec Google Analytics (étudiant certifié) afin d'optimiser le référencement naturel.

GESTION DE PROJET

- Élaborer et planifier le cahier des charges.
- Définir les rôles des partenaires dans le processus de collaboration.
- Mettre en place les outils collaboratifs (TEAMS, Miro, Google Workspace) pour partager les informations nécessaires à l'exécution des tâches.

RÉMUNÉRATION - La fourchette de rémunération mensuelle brute conseillée pour nos étudiants de Bachelor 2^{ème} année se situe entre 500.- CHF et 1500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger.

2^{ème} STAGE

QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E DE 3^{ème} ANNÉE ? L'étudiant.e a suivi un enseignement à temps plein qui lui a permis d'acquérir une méthodologie de réflexion et de créativité pour appréhender différentes problématiques auxquelles les marques sont confrontées ; il.elle possède également une bonne maîtrise des nouveaux médias, outils et techniques digitales pour s'engager sur la mise en œuvre de stratégies.

Les étudiants ont le choix d'une spécialisation entre :

- Management de la création
- Data Marketing
- Marketing éthique

Durant leur stage de fin d'études, les étudiant.e.s pourront réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise :

ANALYSE DE MARCHÉ & DES CONSOMMATEURS

- Analyser les macro-tendances et leur impact à CT et LT.
- Assurer une veille concurrentielle et technologique.



- Piloter des études de marché qualitatives et quantitatives (y.c social listening).
- Rechercher des insights stratégiques et opérationnels.

MARQUE & STRATÉGIE MARKETING

- Mener un audit de marque dans son écosystème digital et identifier les problématiques.
- Piloter des études d'image & définir le territoire de marque.
- Définir une stratégie : Axes stratégiques, Objectifs, Kpi's, Budget, Planning.
- Créer une marque - Purpose, Identité, Promesse, Positionnement, Nom, Logo, Packaging, UI design - et la protéger (**Spé Management de la création**).
- Identifier et actionner les leviers du marketing digital (site internet, réseaux sociaux, application, marketplace, email...) au service de la stratégie marketing globale.
- Développer une stratégie « d'expérience clients » omnicanale.

COMMUNICATION

- Définir une stratégie de communication cross canal et préparer le brief créatif.
- Décliner un concept créatif sur les différents supports et canaux.
- Déterminer et mettre en œuvre un mix de communication complémentaire à la communication média : Stratégie d'e-influence, Sponsoring et RP (**Spé Management de la création**).

SOCIAL MEDIA & COMMUNITY MANAGEMENT

- Développer la présence d'une marque sur Facebook, Instagram, Twitter et YouTube en fonction des cibles.
- Définir les objectifs et les indicateurs de performance correspondants à optimiser.
- Définir une ligne éditoriale et développer des calendriers éditoriaux par plateforme.
- Créer du contenu rédactionnel et visuel (PAO, photo, et vidéo).
- Modérer les comptes.
- Créer un nouveau concept média par l'investigation culturelle (**Spé New media**).
- Concevoir une stratégie de contenu et la direction artistique (**Spé New media**).
- Définir un modèle économique viable (**Spé New media**).

SITE INTERNET, MEDIA & ANALYTICS

- Créer et gérer un site internet avec WORDPRESS.
- Concevoir et gérer une boutique avec SHOPIFY.
- Analyser et optimiser l'ergonomie d'un site web.
- Mener un audit de l'écosystème digital (POEM).
- Définir une stratégie média : analyse de cibles et conception des plans média off/online : Planning, Budget, Kpi's.
- Créer, gérer et optimiser les campagnes Facebook Ads & Google Search (étudiant certifié).
- Analyser les statistiques avec Google Analytics (étudiant certifié) afin d'optimiser le référencement naturel.
- Mettre en place la méthode ASCP pour affiner le plan média et les indicateurs (**Spé Data marketing**).

DATA & CRM

- Scénariser les parcours clients pour identifier l'ensemble des interactions avec votre marque.
- Définir et mettre en oeuvre un plan d'animation différencié pour chaque segment de la base de clients/prospects.
- Mettre en place un dispositif de collecte et de gestion des données (**Spé Data marketing**).
- Analyser les performances des campagnes de recrutement de fidélisation pour les optimiser (Spé Data marketing).



UX & INNOVATION

- Mettre en œuvre une démarche d'investigation centrée utilisateurs (focus groupe, études qualitatives et quantitatives, observations, web listening...).
- Analyser et scénariser les parcours utilisateurs pour concevoir des "expérience maps".
- Designer, prototyper et tester un service.

MANAGEMENT DE PROJET

- Élaborer et planifier le cahier des charges.
- Définir les rôles des partenaires dans le processus de collaboration.
- Mettre en place les outils collaboratifs (TEAMS, Miro, Google Workspace) pour partager les informations nécessaires à l'exécution des tâches.
- Animer un groupe de travail.

RÉMUNÉRATION - La fourchette de rémunération mensuelle brute conseillée pour nos étudiants de Bachelor 3^{ème} année se situe entre 1000.- CHF et 2500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger.