

# PROFIL & COMPÉTENCES

## BACHELOR EN DIGITAL MARKETING & COMMUNICATION

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

- > Le 1<sup>er</sup> stage a lieu en début de 2<sup>e</sup> année : entre début juillet et fin janvier, durée de 5 à 6 mois.
- > Le 2<sup>ème</sup> stage a lieu en fin de 3<sup>e</sup> 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<sup>ER</sup> STAGE

### QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E DE DEBUT DE 2<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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, Twitter, Youtube, LinkedIn 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<sup>ème</sup> année se situe entre 500.- CHF et 1500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger.

---

## 2<sup>ÈME</sup> STAGE

### **QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E DE 3<sup>ÈME</sup> 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.

---

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**

- Définir l'écosystème social media d'une marque et développer sa présence (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn) 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 "experience 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<sup>ème</sup> année se situe entre 1000.- CHF et 2500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger.