

Mastère 2 MBU

PITCH AGENCE E-BUSINESS

2023/2024



IFAG®

Ecole de management

**ENTREPRENEZ
VOTRE AVENIR**



LE PROJET

LE PITCH E-BUSINESS

Le Pitch est une simulation de compétition d'agences par groupe. Pendant une semaine, vous allez élaborer une campagne de communication destinée à un « client » réel. Suite au brief de l'annonceur qui est face à une problématique marketing – communication incluant du digital vous allez lui apporter vos recommandations.

Le pitch E-Business est une épreuve certifiante.



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ▶ Développer vos compétences en **COMMUNICATION D'ENTREPRISE**
- ▶ Travailler en **ÉQUIPE**
- ▶ Comprendre et répondre au **CAHIER DES CHARGES**
- ▶ Savoir **PITCHER**



RECHERCHE DU PARTENAIRE

ASSOCIATION, START-UP, PME / TOUS SECTEURS D'ACTIVITÉS

Éléments indispensables au cahier des charges

- ▶ Présentation de l'entreprise et de ses enjeux (marché, concurrence)
- ▶ Présentation des actions de marketing – communication déjà réalisées
- ▶ Explication de la problématique qui doit être marketing – communication (attention aux tentations de dériver sur du commercial pur)
- ▶ Enveloppe budgétaire – idéalement à minima 10k€
- ▶ Prévoir un temps à J+1 pour répondre aux questions des étudiants
- ▶ L'annonceur doit être **DISPONIBLE** pour le brief et pour les soutenances orales
- ▶ Si nombres de groupes supérieur à 4, prévoir 2 jurys

Le sujet du pitch doit être envoyé via le service pédagogique du campus au service pédagogique national **LE 13 MAI 2024 POUR 12H**

LE PROJET

LE PITCH E-BUSINESS



GROUPE

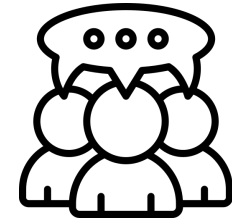
4 à 5 apprenants
Agence de com



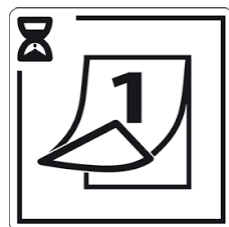
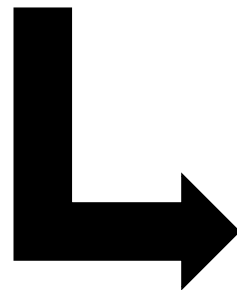
CLIENT réel
Une entreprise



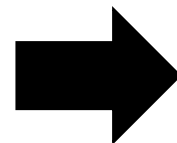
UN FORMATEUR
suiveur



LE PITCH E-BUSINESS



une **SEMAINE**



OBJECTIF

Réaliser la meilleure
campagne de
communication

ORGANISATION

OÙ ? Sur ton campus

QUAND ? Du 10 au 14 juin 2024

COMMENT ? Groupe projet de 4 à 5 personnes maximum

AVEC QUI ? Le groupe projet constitué + un coach/suiveur qui vous accompagnera pendant 6 heures en groupe classe et 8 heures en groupes projet

SUR QUOI ? Une entreprise commune à l'ensemble de la promotion pour laquelle chaque groupe projet va réaliser une campagne de communication. Le sujet du pitch de l'entreprise retenue doit être envoyé via le service pédagogique du campus au service pédagogique national le **13 mai 2024 pour 12h**

RESTITUTION ? Un pitch de 30 minutes + Document écrit à remettre au client (recommandation finale et annexes)

RECHERCHE DU PARTENAIRE

LES ATOUTS DU PITCH

LES BIENFAITS D'ÊTRE ANNONCEUR

- ▶ Recevoir en un temps record un large choix de recommandations avec la possibilité de combiner et sans rien payer
- ▶ Donner l'opportunité à des étudiants de mettre en pratique leurs compétences
- ▶ Découvrir des talents

CE QUE ÇA COÛTE

- ▶ Du temps avant le brief, pendant le brief et pendant les soutenances
- ▶ De la réflexion pour poser clairement la problématique, construire le brief
- ▶ Du temps après pour digérer tout le contenu apporté et mettre en œuvre ce qui est pertinent !



PLANNING

LUNDI MATIN

- ▶ Brief par le client ou l'un de ses représentants
- ▶ Tirage au sort pour la constitution d'équipes-agences (4 à 5 apprenants)

Chaque équipe se donne une identité d'agence :

- ▶ Nom, effectifs, localisation
- ▶ Positionnement (clients, marché, CA actuel,...)

LUNDI APRÈS-MIDI À VENDREDI

Les équipes-agences s'auto-organisent, tant pour la répartition des rôles que dans leurs méthodes de travail.

Un coach encadre la semaine, depuis le brief jusqu'à la présentation finale. Il sera présent 14 h sur l'ensemble de la semaine et par demi-journées

SON RÔLE

- ▶ Conseille aux différentes étapes du travail
- ▶ Évalue l'implication des apprenants dans le travail de groupe

PRESENTATION ORALE : PITCH

La présentation orale dure **1H15** par groupe :

▶ 30 minutes de **PRÉSENTATION** - Chaque équipe présente :

- ▶ Son agence (rapidement)
- ▶ Sa recommandation
 - Analyse du problème posé
 - Stratégie
 - Proposition d'outils de communication appropriés
- ▶ 2 ou 3 pistes créatives (planches) + quelques déclinaisons par outils (maquettes) + recommandation finale.

Document écrit à remettre au client comportant :

Recommandations, devis, outils d'analyse, études, détails nécessaires (non évalué).

▶ 20 minutes **D'ÉCHANGE** entre les candidats et le jury

▶ 10 minutes de **DÉLIBÉRATION** du jury

▶ 15 minutes de **RESTITUTION** aux candidats par le jury

Prévoir un support de présentation : PowerPoint, Prezi, vidéos, Canvas, ...

Par souci d'équité : Le support utilisé sera remis avant le début des

PLANNING

JOUR 1	JOUR 2	JOUR 3	JOUR 4	JOUR 5
8h-12h FFP 4h	8h-12h HGPG 4h	8h-12h FFP 2h STAG 2h	8h-12h HGPG 4h	8h-12h STAG 4h
LANCEMENT Présentation projet + méthodologie Constitution des groupes	SUIVI	SUIVI AUTONOMI E	SUIVI	AUTONOMI E 12H : RENDU DU SUPPORT
13h-16h STAG 3h	13h-16h STAG 3h	13h-16h STAG 3h	13h-16h STAG 3h	13h-16h
AUTONOMI E	AUTONOMI E	AUTONOMI E	AUTONOMI E	ORAUX PAR GROUPE

PRIX

JURY DU PITCH

- ▶ Le certificateur
- ▶ L'annonceur
- ▶ Une personne neutre
(travaillant en agence ou dans le domaine marketing/communication)

A l'issue des présentations, le jury délibère et décerne trois prix aux meilleurs travaux :

Le Prix de **L'EFFICACITÉ
OPÉRATIONNELLE**

Le Prix de la **CRÉATIVITÉ**

Le **GRAND PRIX DU PITCH**
(qualité de la recommandation et de la création)

PRESENTATION ORALE : NOS

CONSEILS

- ✓ Une posture professionnelle
- ✓ Présentez uniquement le résultat de vos analyses
- ✓ Présentez les éléments clefs de votre entreprise pouvant alimenter vos recommandations
- ✓ Analyse de la concurrence à valeur ajoutée
- ✓ Une compréhension de la cible (enquêtes terrain – pas de « persona » pour cocher la case)
- ✓ Des recommandations argumentées, dont la faisabilité a été vérifiée et qui s'inscrivent dans une approche stratégique
- ✓ Un retroplanning
- ✓ Proposez un budget avec des KPIS et si possible estimation de ROI
- ✓ Anticipez les questions du jury – préparez vos annexes

EVALUATION



L'évaluation finale prend en compte à la fois le collectif et l'individuel.

ÉVALUATION COLLECTIVE

- ▶ pertinence du diagnostic posé
- ▶ qualité des conseils et des préconisations apportés

ÉVALUATION INDIVIDUELLE

Déterminée en fonction de votre :

- ▶ Niveau d'analyse
- ▶ Prise de parole
- ▶ Implication
- ▶ Pertinence
- ▶ Place dans le groupe lors de la soutenance

Votre note individuelle est déterminée par pondération à la hausse ou à la baisse de la note de la soutenance collective (+/- 2 points avec décimales autorisées).

VALIDATION

- ▶ **Participer activement à la semaine complète, sans absence ni retard**
- ▶ **Les notes collectives et individuelles obtenues doivent être supérieures ou égales à 10/20.**
- ▶ **Rattrapage prévu en février 2025**
- ▶ **Note de rattrapage plafonnée à 11/20**
- ▶ **En cas de note inférieure, l'étudiant ne peut obtenir la certification, même si par ailleurs il a validé le reste de son parcours académique et professionnel**



EVALUATION

Critères	Note	Observations
Présentation d'agence (identité, prestation des intervenants-étudiants, distribution et temps de parole)	/1	
Qualité de l'analyse (appréciation du contexte, qualité des recherches complémentaires, ...)	/2	
Compréhension du problème (reformulation, amélioration du brief, identification des cibles, ...)	/3	
Qualité de la recommandation (qualité de la synthèse, pertinence de la stratégie, ...)	/4	
Créativité de la campagne - Créativité des outils de communication - Concepts créatifs (originalité, pertinence, ...)	/4	
Qualité opérationnelle (adaptation aux moyens matériels et humains du client)	/3	
Pertinence budgétaire (incluant la recherche de solutions pertinentes : gratuité, partenariats, ...)	/3	
TOTAL	0 /20	



IFAG®

Ecole de management

**ENTREPRENEZ
VOTRE AVENIR**