



POLITIQUE QUALITÉ 2021

AUDIT ISO 9001

SKEMA CONSEIL

Le Réflexe Junior-Entreprise



NOS AXES DE RÉFÉRENCES

1. Cultiver l'ADN Skema Conseil pour renforcer notre proposition de valeur sur le marché
2. Cultiver l'ADN Skema Conseil pour générer de nouveaux leads
3. Cultiver l'ADN Skema Conseil pour nos clients
4. Créer des conditions d'inclusion à l'expérience Junior-Entreprise pour un plus grand nombre d'étudiants
5. Former plus et former mieux les étudiants qui prennent part à l'expérience Junior-Entreprise
6. Contribuer au développement personnel de nos étudiants
7. Inscrire notre structure comme entité glocalisée dans la gestion de ses relations
8. S'inspirer de nos parties prenantes pour développer notre écosystème
9. Promouvoir le modèle SKEMA Conseil sur notre zone d'influence



1 **Cultiver l'ADN Skema Conseil pour renforcer notre proposition de valeur sur le marché**

Un des grands objectifs de Skema Conseil est d'investir dans sa présence à l'international.

Des postes de dépenses propres à l'international sont donc anticipés dans le budget prévisionnel par les trésoriers en collaboration avec la présidence et le pôle international. Il est également nécessaire d'augmenter nos fonds propres afin d'avoir un matelas de secours en cas de problème dans l'un de nos pays d'implantation. Mais l'une de nos priorités pour optimiser cette implantation à l'étranger et réaliser du chiffre d'affaires sur ces campus est avant tout de constituer un vivier international de consultants, présents et formés sur place pour la réalisation des études à l'international. Enfin, réaliser des études en anglais, en chinois et en portugais nous permettrait d'attirer davantage la clientèle locale et ainsi d'augmenter notre chiffre d'affaires.

Dans le prolongement de notre volonté de cultiver l'ADN Skema Conseil pour renforcer notre proposition de valeur sur le marché, nous cherchons sans cesse à augmenter la valeur ajoutée de nos études en instaurant des méthodologies innovantes à l'image de l'atelier business model que nous avons animé à plusieurs reprises dans la cadre des études pour APEI Maubeuge (un établissement chargé de l'insertion professionnelle de personnes handicapées) et UMAN (une étude pro bono réalisée en collaboration avec Junior ISEP pour une ONG au Bénin).

C'est pourquoi la prise de contact auprès de nos professeurs et des intervenants des Master Class que nous organisons demeure à nos yeux une source précieuse d'informations et d'inspiration.

Par ailleurs, un système de boucle de relecture avec un objectif de 36h a été mis en place par le pôle Audit et Qualité dans le but d'accroître la qualité de nos livrables.

Cette boucle est donc assurée par un premier passage du Responsable Commercial de sa Business Unit, suivi du Chargé d'Audit et Qualité attribué au Chef de



Projet, avant la dernière relecture assurée par le Directeur d'Antenne du campus du Chef de Projet de l'étude en question.

Pour finir, se rapprocher davantage des étudiants de SKEMA BS en master spécialisé reste pour nous un objectif de poids dans la mesure où nous avons besoin de leur expertise pour réaliser des études plus complexes et pointues.

Un des derniers objectifs de cet axe concerne l'ouverture des Tremplins de l'Innovation à un public plus large ; des jeunes entrepreneurs en dehors de SKEMA BS, pour nous permettre de diversifier toujours plus notre accompagnement.



2

Cultiver l'ADN Skema Conseil pour générer davantage de leads qualifiés

Skema Conseil a pour ambition de répondre le plus précisément possible aux demandes et attentes de ses clients et par là, adapter son offre commerciale. En ce sens, les membres de la structure, par les nombreux contacts qu'ils établissent avec les clients, ont pour objectif d'identifier rigoureusement leurs attentes. La refonte de notre offre commerciale a permis d'y répondre. La création de « packs de prestation » correspond aux besoins d'une grande majorité de nos clients et leur offre ainsi une réponse rapide et adaptée. De plus, afin de proposer des prestations qui soient les plus adaptées possibles aux différents clients, une refonte des prix de celles-ci personnalise nos offres et reflète notre capacité à s'adapter aux attentes de la clientèle.

De plus, dans un souci d'argumentation de vente, notre objectif est d'avoir une connaissance parfaite de certaines de nos anciennes « études phares » et de savoir les mettre en valeur et capitaliser sur les travaux précédents pour répondre à de nouvelles études similaires.

La création de leads qualifiés passe également par la mise en place d'une prospection pertinente et efficace. Cela passe par une refonte de notre site internet et d'un meilleur référencement de celui-ci. Par ces actions, le pôle KM/SI vise une augmentation du nombre de clics sur le site internet ainsi que du temps passé par les visiteurs sur les pages. L'objectif final attendu est un taux de transformation en constante augmentation c'est-à-dire une corrélation élevée entre une hausse des clics sur l'onglet « demander une étude » et la demande effective d'une demande d'étude. Le pôle commercial vise lui aussi une transformation de ses outils de prospection. Une nouvelle stratégie a été mise en place et a pour objectif d'augmenter le nombre de rendez-vous clients obtenus. Pour cela, un planning de prospection, des messages vocaux LinkedIn et un projet de forum JE dans un espace de coworking à Lille pour présenter nos offres à des entrepreneurs ont été instaurés.

De plus, pour diversifier nos cibles et nos canaux de prospection, Skema Conseil souhaite s'appuyer sur les opportunités offertes par son



implantation à l'international. À titre d'exemple, la plaquette commerciale a été traduite en anglais.

Par souci de continuer à répondre toujours plus précisément aux demandes des clients et de s'adapter aux évolutions économiques, législatives et numériques ainsi que d'identifier les enjeux de demain, la Présidence de Skema Conseil, épaulée par le Comité d'Orientation Stratégique (COS) souhaite se tenir informée et alertée des changements survenant dans son écosystème. Ainsi, l'objectif de la production d'un rapport de veille sectorielle par un pôle « veille et recherche & développement » à raison d'un par mois, permettrait à la structure de se tenir informée des nouveautés chez les Junior-Entreprises concurrentes et, plus largement, chez des entreprises inspirantes.

Établir une stratégie Marketing efficace correspond également à la création de leads qualifiés. En effet, l'objectif est de mieux vendre l'accompagnement que nous offrons au-delà de nos cibles établies. Cela passe par l'élaboration d'un réel plan de communication sur une période d'un an et ce annuellement et d'une image et stratégie de marque propres à Skema Conseil. Par exemple, la création de Podcast et webinar ainsi que de la mise à jour de notre chaîne youtube diversifie nos canaux de visibilité. L'objectif est de mesurer l'efficacité de ces actions par une hausse du nombre de likes sur nos différents réseaux sociaux ainsi que de l'avancement du plan de communication (taux d'avancement).

En dernier lieu, générer des leads qualifiés repose sur l'offre d'une expertise professionnelle à nos clients. Cela passe avant tout par une maîtrise totale de nos prestations et par l'élaboration de méthodologie innovante en s'appuyant sur des enseignants spécialisés de SKEMA Business School. Cela passe pour le premier point par des entretiens menés par le Vice-Président Directeur Commercial au mois février avec chaque Chef de Projet sur les packs de prestation et les offres commerciales et plus concrètement par la définition de l'offre « Atelier Business Model » avec certains des professeurs-chercheurs de notre école.



3 Cultiver l'ADN Skema Conseil pour nos clients

La prospérité de Skema Conseil repose sur ses clients, sur les réponses que la Junior-Entreprise leur apporte et la façon dont elle le fait. En ce sens, le client est une source d'amélioration continue qui, via des retours, fait progresser la structure.

Transformer l'expérience de nos clients au cours de l'étude et améliorer le suivi de la satisfaction de nos clients est primordial.

Pour se faire, le pôle Knowledge Management de Skema Conseil a mis en place des **outils de suivi digitaux**, notamment via la plateforme Sphinx. Grace à elle, le logiciel DATAVIV' permet une modulation et une analyse des données brutes obtenues lors de l'administration des questionnaires.

De plus, Skema Conseil souhaite tendre vers un **taux de satisfaction de 100%** sur les prestations réalisées. La satisfaction de nos clients est notre priorité. Nous leur offrons un accompagnement personnalisé dès la première prise de contact et ce jusqu'à la fin de la collaboration. Afin de mesurer et améliorer la satisfaction client, le pôle Audit & Qualité veille au bon fonctionnement d'un **processus de suivi et de satisfaction**.

- Pour ce qui est de la satisfaction, un **questionnaire est administré 2 semaines après la fin de l'étude** par le Chef de Projet responsable de l'étude. Ce dernier s'assure que Skema Conseil a répondu aux attentes du client et qu'il a correctement et clairement utilisé les conseils prodigués. Il s'engage à recueillir, dans la mesure du possible, des questionnaires d'avortement lorsque l'étude n'a pas été signée ou n'est pas allée à son terme. Puis, **un second questionnaire est administré cette fois-ci 3 mois après la fin de l'étude** pour faire le point concernant la mise en application des recommandations prodiguées au sein du livrable final.
- Pour ce qui est de la fidélisation, il s'agit d'un suivi de chaque client à travers des attentions personnalisées. Ce processus se concrétise par un **call de suivi**



6 mois après la fin de l'étude durant lequel le responsable commercial fait le point concernant le projet du client et son évolution suite à l'application des recommandations de Skema Conseil.

Grâce à ce processus de suivi, nous espérons pérenniser nos relations et développer un véritable avantage concurrentiel. À terme, notre ambition est de s'assurer un socle de chiffre d'affaires annuel issu au minimum à **30 % de la fidélisation**.

De plus, investir dans la fidélisation de nos clients est complémentaire à la satisfaction client.

C'est dans cette perspective que le pôle trésorerie, lors de l'élaboration annuelle du budget prévisionnel, détermine des **postes de dépenses propres à la fidélisation**. Plus concrètement, ces dépenses concernent des bons de réductions, des cadeaux ou encore des cartes de vœux pour nos clients les plus fidèles.

Par ailleurs, Skema Conseil doit s'efforcer de former une seule et même équipe en dépit des difficultés engendrées par l'organisation tripartite.

L'objectif premier pour former une équipe performante est de recruter des membres aux profils complémentaires. Cette mission est garantie par le pôle Ressource Humaine qui, grâce à un **Excel de suivi durant la période de recrutement**, peut cibler les membres les plus performants. L'ensemble du processus de recrutement est harmonisé et similaire pour les trois campus.

De plus, une telle organisation sur trois campus différents nécessite une mise en place **d'évènements également tri-campus** aussi fréquemment que possible. Ils sont primordiaux pour renforcer la cohésion de l'équipe à travers des activités informelles. Ainsi, deux séjours ont été organisés par la présidence et les Ressources Humaines à Nice et près et Lyon, où tout le mandat était convié. Également, des soirées de jeux en lignes permettent de resserrer les liens entre les membres tri-campus.



Enfin, la présidence et les Ressources Humaines s'assurent de la bonne communication et du bien-être de chacun des membres de la structure. Le bien-être des membres est essentiel pour le bon fonctionnement de la structure et pour les performances commerciales. De ce fait, la cohésion d'équipe et le bien-être sont à mesurer et à améliorer régulièrement. Dans cette perspective, des entretiens de début, mi, et fin de mandat sont réalisés avec tous les membres. Mais aussi, se tiennent régulièrement des « 360 » - réunions entre membres au sein du même campus au cours desquelles chacun dit, de manière constructive et reposant sur des faits, ce qu'ils pensent de chacun des autres membres individuellement, sur le professionnel et le personnel.

4 Créer des conditions d'inclusion à l'expérience Junior-Entreprise pour un plus grand nombre d'étudiants

Dans le but d'augmenter le nombre de postulants au RFP (recrutement formation passation) et donc d'augmenter le nombre des membres au sein de notre association, les pôles Ressources Humaines et Marketing tentent de diversifier un maximum les campagnes de recrutement et d'ouvrir les portes aux L3 mais aussi aux BBA, M1 (Master 1) et M2 (Master 2).

L'augmentation de notre visibilité et attractivité auprès des étudiants de SKEMA BS passe notamment par une augmentation du nombre de posts ou podcasts adaptés à chaque réseau social (Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube...) et assurés par le pôle Marketing à l'aide d'un calendrier éditorial. Nous réalisons également des vidéos de présentation lors des journées portes ouvertes, ou encore des journées "Open Local" où les étudiants ont la possibilité de visiter nos locaux, de déposer leur CV, et de nous poser des questions si besoin.



Mais au-delà d'attirer les étudiants de SKEMA BS, nous cherchons à les intégrer pleinement à l'expérience Skema Conseil. Ceci passe par la mise en place d'un nouveau statut, le "consultant premium", leur permettant d'avoir accès à des formations et certifications plus poussées ainsi que d'être prioritaire par rapport aux consultants "classiques" sur nos études. Nous cherchons également organiser plus d'évènements à destination des étudiants : des formations et masterclass à l'image de la conférence sur l'avenir de l'Intelligence Artificielle, donnée par Marco Landi, Ex-Président monde d'APPLE, la masterclass en collaboration avec Symphony, une licorne américaine valorisée à plus d'un milliard de dollars, ou encore l'organisation de My Associative Concept soutenu par Amaris Consulting, SKEMA BS et Danone.

Enfin, l'optimisation de l'expérience Skema Conseil pour nos consultants ne peut se faire sans une montée en compétences de leur part. C'est pourquoi il est primordial d'améliorer notre briefing et nos formations des consultants. Le pôle commercial a donc pour projet de faire appel à un cabinet professionnel de consulting pour nous former davantage et nous permettre par la suite, une meilleure transmission de nos connaissances à nos consultants.



5 **Former plus et former mieux les étudiants qui prennent part à l'expérience Junior-Entreprise**

L'ambition de Skema Conseil est de faire monter en compétence l'ensemble des étudiants qui ont une interaction plus ou moins forte avec la structure. L'on distingue les étudiants de SKEMA Business School prenant part aux missions des étudiants administrateurs, qui sont membres de Skema Conseil.

Ainsi donc, les membres administrateurs de Skema Conseil sont invités à participer aux nombreuses formations offertes par nos partenaires (EY, Saint-Gobain, Engie...). Cet objectif est en parti mené et rempli par la Présidence qui comptabilise le nombre de formations qui a été offert et qui, plus largement, les répertorie. De même, la digitalisation des enseignements est une opportunité pour les étudiants d'accéder à des certifications en ligne. L'objectif est que chaque membre administrateur passe le Test Auditeur-Conseil (TAC).

Le Groupe Skema Conseil est présent sur 3 sites français différents : Lille, Paris et Nice. Les équipes sont recrutées à l'échelle Nationale et les membres sont invités à travailler et collaborer. Ainsi donc, l'enjeu principal d'une synergie avec chacun des trois campus pousse à viser une transmission de l'information uniforme et immédiate. L'efficacité de ces projets est mesurée par le nombre d'interactions entre les 3 campus et, plus largement, l'objectif est de maintenir constant -voire d'augmenter- le nombre de Conseils d'Administration en tri campus et le nombre de projets menés par les différentes équipes à l'échelle de la France. Dans les faits, les boucles de relecture (qui assurent la qualité de nos rendus) se répartissent entre les différents membres de la structure sans distinction du campus d'origine, et la synergie s'opère également par le nombre de déplacement du binôme présidentiel.



Du côté des consultants recrutés pour les missions de Skema Conseil, l'objectif est d'augmenter leur plus-value pédagogique. Cela passe par des formations et MasterClass qui leur sont spécialement dédiées, ainsi que par le fait de leur confier des missions hautement professionnalisantes. La satisfaction de nos consultants sur les études qu'ils réalisent est mesurée par des questionnaires de satisfaction, remplis à chaque fin d'étude. Les consultants y notent la plus-value pédagogique qu'ils en ont tiré et les remarques éventuelles. (Objectif d'au moins 4,5/5 par missions réalisées).

6 Contribuer au développement personnel de nos étudiants

Skema Conseil s'efforce de mettre à profit le parcours étudiant SKEMA.

Permettre à nos consultants de travailler depuis l'ensemble des campus de SKEMA est indispensable pour le bon fonctionnement de notre structure qui se veut nationale. Ainsi, les consultants peuvent être amenés à réaliser des études issues d'autres campus que celui sur lequel ils se trouvent grâce à nos outils tri-campus.

De manière complémentaire, développer la collaboration digitale avec nos consultants est tout aussi importante. En effet, pour travailler depuis l'ensemble des campus de SKEMA, Skema Conseil a créé un groupe Facebook national de consultant, mais aussi un compte Messenger tri-campus pour le suivi consultant, nommé « Bob ».

Enfin, faire des retours détaillés sur le travail effectué par des consultants en charge de lourdes missions est crucial pour le suivi des études. Dans cette perspective, l'équipe RH a développé **un fichier de suivi servant à la notation des consultants sur chaque mission par leurs Chefs de Projet.**



La notoriété et l'influence des étudiants et de Skema Conseil est d'une importance capitale pour leur développement personnel. La reconnaissance par des membres extérieurs du bon fonctionnement de la structure est considérée comme un objectif majeur.

La **participation aux prix** de la CNJE et **le nombre de prix remportés** est une étape indispensable au développement de cette influence. Gagner un prix, ou même seulement y concourir permet à Skema Conseil de gagner en visibilité au sein du mouvement, mais aussi en notoriété auprès des clients. Ainsi, en 2020 Skema Conseil remportait le prix du meilleur projet à impacts positifs, puis en mai 2021 le prix de la meilleure étude en conseil.

Par ailleurs, la **création de la première marque issue de la fusion de deux JE** a largement contribué au rayonnement de Skema Conseil. En effet, en mai 2021 c'est conclu la création de SKISEP, une marque issue de la fusion des offres de Skema Conseil et de JISEP, une junior ingénieure.

Enfin, capitaliser sur notre ancienneté au sein du mouvement doit permettre à Skema Conseil de contribuer au développement de ses étudiants. En tant que Junior-Entreprise certifiée ISO 9001 v 2015, Skema Conseil fait partie du premier Mouvement étudiant de France et **en fut à l'origine puisqu'elle a été créée en 1969**. Elle est auditée à la fois par la **CNJE** (1 fois par an) et le **Lloyd's Register** pour attester de la qualité de son fonctionnement (1 fois par an). Skema Conseil a donc pour objectif de maintenir et pérenniser l'obtention de la norme ISO9001 et d'obtenir la sanction « satisfaisant » lors de l'audit CNJE. Pour ce faire, chaque classeur d'étude est audité dès la fin de l'étude après l'envoi de la facture de solde par les membres du pôle Audit et Qualité et des Revues de Direction sont présentées 1 fois par an grâce à une analyse régulière. Ainsi, la satisfaction des exigences relatives à la CNJE ainsi qu'à la norme ISO 9001 est au cœur de notre mission. Par ailleurs, Skema Conseil capitalise également sur son ancienneté en **mettant en avant des évènements importants**, comme la future célébration des 10ans de Skema Conseil Paris sur le campus parisien.



7 Inscrire notre structure comme entité glocalisée dans la gestion de ses relations

Une des ambitions clés de Skema Conseil est d'avoir un impact sur son écosystème.

C'est pourquoi la Présidence ainsi que l'ensemble des membres du mandat cherchent à exploiter davantage le réseau des alumni de notre École, mais aussi de Skema Conseil grâce à des prises de contact avec l'administration, ou par la mise en place du Comité d'Orientation Stratégique de Skema Conseil qui assure un pilotage par nos anciens sur divers projets que nous menons.

Par ailleurs, nous avons également cartographié et catégorisé nos alumni pour les solliciter de façon plus ciblée pour des formations, des retours d'expérience, des conseils, pour nous aider à nous orienter professionnellement, ou encore pour échanger lors de moments informels. Nous visons bien évidemment à nous appuyer sur notre réseau d'alumni pour prospecter en interne et donc augmenter notre chiffre d'affaires.

Ensuite, Skema Conseil cherche à profiter des dynamiques locales grâce à l'implantation stratégique de chacun de ses campus en développant des partenariats locaux à l'image de Flandres Business Club à Lille, ou du partenariat en négociation avec CGI à Sophia Antipolis. Cette triple implantation sur le territoire français nous permet également d'avoir une couverture nationale et de nous déplacer en physique pour la réalisation de certaines études comme ce fût le cas pour l'animation de l'Atelier Business Model à Antibes.

Dans la continuité des axes ci-dessus, Skema Conseil ambitionne d'optimiser son réseau de partenaires diversifiés et complémentaires (AMJE, JISEP, YES, Europia...) et donc de refondre les offres partenariales si les avantages offerts ne sont pas exploités (prix partenaires, sponsors des Tremplins de l'Innovation, offres de stage, formations plus ciblées et diversifiées, goodies...).



S'inspirer de nos parties prenantes pour développer notre éco-système

Skema Conseil est la Junior-Entreprise de SKEMA Business School. De ce fait, la structure est en interactions constante avec une multitude de parties prenantes. Notre principale partie-prenante est ainsi donc l'administration de notre école et ses interlocuteurs. Cette administration dispose d'une expertise sur laquelle nous nous reposons et souhaitons capitaliser. À titre d'exemple, nous faisons appel chaque année à Alexis Lenoir ; Responsable Qualité de l'école, pour procéder à un audit blanc en prévision de l'audit ISO fin juin.

De même, dans notre nouvelle envie de nous tourner vers la RSE, nous établissons des relations avec les responsables de l'école dans ces domaines. L'objectif est d'être accompagné et conseillé sur ces différentes thématiques.

De plus, SKEMA Business School bénéficie d'un vaste vivier de Professeurs-Chercheurs et Skema Conseil souhaite en bénéficier. Ainsi donc, à raison d'au moins une fois par trimestre, la Présidence se réunit avec son CODIR (Comité Directeur) pour parler des grands axes stratégiques Skema Conseil. Dans cette même lignée, des podcasts spéciaux par les professeurs sont réalisés 1 fois par mois par le pôle Marketing.

Finalement, SKEMA Business School possède un incubateur qui a pour objectif d'accompagner dans leur lancement des projets entrepreneuriaux. Un contact étroit et régulier avec cette structure est un bon moyen pour Skema Conseil d'affirmer son excellence dans l'accompagnement des jeunes entrepreneurs. Ainsi donc, un projet de co-working aux côtés de Franck Hanoh (responsable de SKEMA Ventures à Lille) a été développé.



Promouvoir le modèle SKEMA Conseil sur notre zone d'influence

Skema Conseil a à cœur d'améliorer sa communication auprès de ses parties-prenantes.

Dans cette perspective, la communication de Skema Conseil doit être au maximum personnalisée afin que la Junior se démarque efficacement et qu'elle gagne en notoriété. Ainsi, l'équipe Marketing a développé un véritable **plan de communication** qui identifie les cibles sur chaque réseau. Et, pour chacune de ces cibles, Skema Conseil adapte sa communication pour qu'elle soit percutante.

De manière complémentaire, et toujours dans un souci d'efficacité, la Junior diversifie sa communication en postant sur tous les réseaux sociaux les plus célèbres - Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn – avec **des indicateurs associés pour chaque réseaux et chaque type de partie prenante**.

De même, le flux d'information se doit d'être en augmentation. Pour se faire, Skema Conseil s'engage sur la **création de Webinar, de podcast et de Mastercass** – notamment avec la licorne américaine Sympony et Europe IA.

Skema Conseil tient à se rapprocher des associations de l'école, afin de véhiculer une image positive de la structure, et d'attirer un maximum de consultants et de futurs postulants.

Dans un premier temps, pour atteindre cet objectif Skema Conseil met en place une **campagne d'audit** des autres associations au modèle ISO.

Puis, la Junior est également à l'origine d'**événements** qui impliquent les autres associations, comme une MasterClass « S'engager dans une carrière à impact positif » avec Hope, Engie et Europia.