



SKEMA CONSEIL

CATALOGUE DE PRESTATIONS

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969

SOMMAIRE

SKEMA Conseil	3
Votre étude en 6 étapes.....	4
 STRATÉGIE	5 - 14
Étude de marché.....	6
Benchmark.....	7
Études stratégiques.....	8
Étude documentaire, quantitative et qualitative.....	9 - 14
 MARKETING	15 - 20
Plan de communication.....	16 - 17
Stratégie marketing digital, Web Design.....	18 -20
 FINANCE	21 - 24
Business Plan et Business Model.....	22 - 23
Conseil en rachat d'entreprise.....	24
 PRODUIT	25 - 27
Suivi produits.....	26
Test UX & UI Design.....	27
 RESSOURCES HUMAINES	28 - 29
Stratégie RH.....	29
 RSE	30 - 32
Stratégie RSE.....	31 - 32
Contactez-nous	34

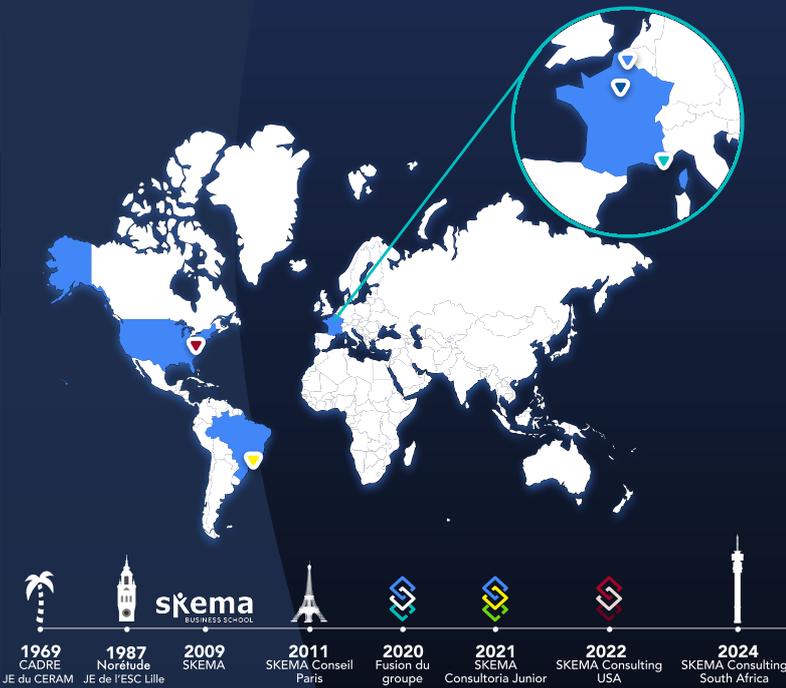


SKEMA Conseil est la 4ème meilleure Junior-Entreprise en France. Il s'agit de la Junior-Entreprise de SKEMA Business School, 12ème École de Management mondiale au Financial Times.

SKEMA Conseil met à votre service ses 54 ans d'expérience pour vous accompagner dans tous vos projets. Nous fournissons une réponse rapide, précise et personnalisée selon vos besoins.

Notre panel de compétences nous permet de répondre aussi bien aux problématiques de grands groupes ou PME qu'à celles des entrepreneurs.

SKEMA Conseil bénéficie d'une couverture nationale et internationale pour vos projets : la structure est dotée de cinq antennes dont trois en France à Lille, Paris et Nice et deux à l'international - aux États-Unis à Raleigh et au Brésil à Belo-Horizonte.



- 1969 CADRE JE du CERAM
- 1987 Noredude JE de l'ESC Lille
- 2009 SKEMA
- 2011 SKEMA Conseil Paris
- 2020 Fusion du groupe
- 2021 SKEMA Consultoria Junior
- 2022 SKEMA Consulting USA
- 2024 SKEMA Consulting South Africa

 Études de conseil	 Chiffre d'affaires	 Taux de satisfaction
128	320.000 €	97 %

skema BUSINESS SCHOOL

5ème meilleure école de commerce en France

3 campus en France
Paris, Lille, Nice

4 campus à l'international
Belo Horizonte, Raleigh, Suzhou, Stellenbosch

- Marketing
- RH
- Création d'entreprise
- RSE
- Formation
- Communication
- Finance

NOS RÉCOMPENSES



SKEMA Conseil, 4ème meilleure Junior-Entreprise de France

2023

2ème Prix de la Meilleure Stratégie de Communication, Saint-Gobain

2021

Prix de la Meilleure Étude en Conseil, EY

2020

Finaliste du Prix d'Excellence
Prix du Meilleur Accompagnement des entrepreneurs
Prix du Meilleur Projet à Impact Positif, Engie

2019

Prix du Meilleur Accompagnement des entrepreneurs, BNP Paribas

ILS NOUS ACCOMPAGNENT



CONTACT

Lille : 157 Avenue Willy Brandt, Euralille, 59777 Lille
Paris : 5 Quai Marcel Dassault, 92150 Suresnes
Nice : 60 rue Fédor Dostoïevski, 06902 Sophia Antipolis

Lille: 07.68.02.77.85
 Paris: 06.70.30.41.99
 Nice: 06.72.97.92.56
 Raleigh: 07.85.56.06.36

 info@skemaconseil.fr

 groupeskemaconseil.com

VOTRE ÉTUDE EN 6 ÉTAPES

1 RENDEZ-VOUS CLIENT

Une fois votre demande reçue un chef de projet vous contactera sous 24h afin de préciser vos attentes. Présentez-nous votre projet, nous échangerons pour définir avec vous vos besoins et vos objectifs.

2 PROPOSITION D'ACCOMPAGNEMENT

Une proposition d'accompagnement, assortie d'un devis, sera élaborée. Elle vous sera présentée par le chef de projet chargé de vous accompagner tout au long de l'étude. Elle contient le cahier des charges, le planning, le budget et l'ensemble de l'équipe mobilisée pour votre projet.

3 SIGNATURE ET BRIEFING

Nous choisissons les meilleurs consultants et intervenants pour travailler sur votre projet. Nous leur exposons vos objectifs. Un appel à compétences est effectué afin de sélectionner les intervenants en fonction de leur formation et de leurs expériences professionnelles

4 RÉALISATION ET SUIVI DE L'ÉTUDE

Durant l'étude, un suivi hebdomadaire est assuré afin de vous rendre un livrable de qualité qui répond pleinement à votre problématique. Vous êtes informé régulièrement de l'avancée de votre projet et nous restons à votre écoute pendant toute la durée de l'étude.

5 RAPPORT FINAL

Nous analysons les résultats et élaborons des recommandations pour répondre au mieux à vos objectifs. Nous vous restituons l'ensemble des résultats sous forme de livrable et nous vous l'exposons pour répondre à toutes les questions que vous pourriez avoir.

6 ACCOMPAGNEMENT QUALITÉ

Soucieux de votre satisfaction, nos équipes qualités seront présentes dans votre accompagnement post-étude.



STRATÉGIE

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969



**SKEMA
CONSEIL**



L'**étude de marché** permet d'obtenir une vision complète du marché, en identifiant les tendances et les opportunités qui s'y présentent. Différentes méthodologies sont disponibles en fonction des aspects que vous souhaitez analyser. Par exemple, l'étude documentaire permet de rassembler un maximum de données et d'informations sectorielles, tandis que le benchmark concurrentiel permet d'évaluer votre position par rapport aux autres acteurs du marché. Des analyses quantitatives et qualitatives permettent quant à elles de mieux cerner les habitudes et les besoins des consommateurs. **Toutes les méthodologies présentées à la suite sont adaptables et compatibles entre-elles** pour réaliser une étude globale qui vous permettra d'acquérir une connaissance approfondie de votre marché et être mieux préparé pour le lancement de votre projet.

1 Documentaire

L'**étude documentaire** vise à réaliser une photographie générale du marché en évaluant la demande et les opportunités du secteur, ainsi qu'en analysant la concurrence directe et indirecte. L'objectif est de vous fournir toutes les données nécessaires pour comprendre votre marché avant de lancer votre projet.

Nous regroupons l'ensemble des données pertinentes sur notre base de donnée, élaborée au fil de nos 54 ans d'expérience, et sur d'autres bases de données, privées et publiques. Les sources auxquelles SKEMA Conseil a accès sont fiables et variées. Cela nous permet de croiser des données pertinentes pour vous offrir une analyse approfondie. Les données seront accompagnées de matrices telles que les Cinq Forces de Porter, une analyse PESTEL, une analyse SWOT, ainsi qu'une cartographie de la concurrence. Cela vous permettra d'avoir une vision globale du marché et de votre place dans celui-ci.

2 Quantitative

L'**étude quantitative** permet de réaliser une étude des comportements, des attentes et des opinions à grande échelle. Il s'agit d'administrer des questionnaires élaborés à vos côtés, à un échantillon représentatif de la population que vous ciblez. Les questionnaires peuvent être administrés en physique, par mailing, phoning et même sur les réseaux sociaux. L'étude quantitative vous permet de définir une stratégie à partir des attentes de vos cibles.

SKEMA Conseil réalise des études quantitatives en France grâce à son implantation nationale à Lille, Paris et Nice. Première Junior-Entreprise internationale, SKEMA Conseil a déjà réalisé des études quantitatives dans toute l'Europe et sur tout le continent américain.

3 Qualitative

L'**étude qualitative** correspond à des entretiens semi-directifs, ou de focus groups pour saisir les avis que les experts de votre secteur ont de votre projet. L'observation de leur langage verbal et non-verbal permet une analyse approfondie pour répondre à vos problématiques.

Le guide d'entretien oriente les questions et incite au débat pour que le client obtienne les informations souhaitées. La phase qualitative de l'étude de marché permet de récolter des données non chiffrées, mais essentielles : cela permet de s'affranchir des croyances et préjugés relatifs au le secteur d'activité visé et permet l'identification de nouveaux concepts ou besoins.

Objectifs

- **Établissement** d'un état des lieux du marché : analyse du secteur d'activité, innovations ;
- **Étude de la concurrence** : étude de la concurrence directe et indirecte, analyse et classification des offres proposées ;

- **Identification** des intérêts de la clientèle : caractéristiques de consommation, tendances, habitudes, valeurs, création d'un personae type ;
- **Détermination** des opportunités et menaces du projet : potentiels partenariats, zone d'influence, parties prenantes.



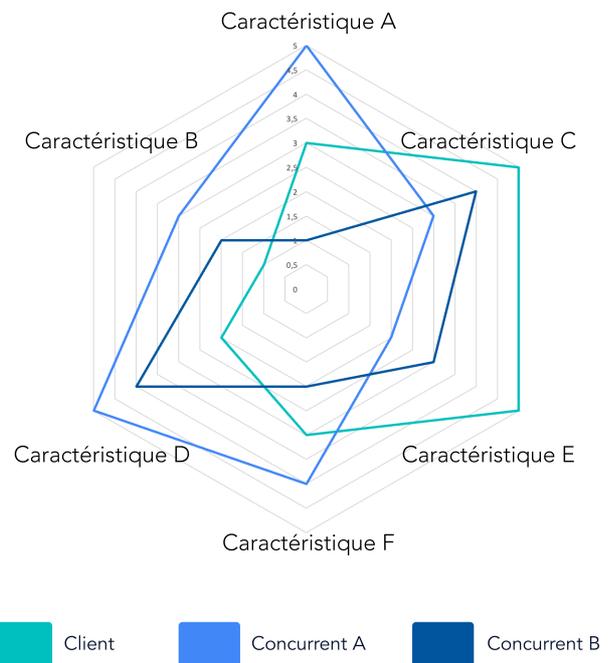
Le **benchmark** est l'étude approfondie de la concurrence directe et indirecte d'un secteur ciblé. D'une part, celui-ci permet de **positionner une entreprise en fonction de sa concurrence** en mettant en avant les points forts et les points faibles des entreprises déjà présentes sur le marché. D'autre part, en analysant le marché, le benchmark répertorie les offres déjà existantes afin d'**identifier les opportunités inexploitées**.

Effectuer une analyse approfondie de la concurrence permet de positionner une entreprise vis-à-vis de ses concurrents. En étudiant à la fois la concurrence directe et indirecte, SKEMA Conseil est en mesure de reconnaître vos points forts et vos points faibles.

Au sein du benchmark, il est essentiel d'effectuer une analyse approfondie de l'offre existante afin d'identifier les opportunités inexploitées. Il s'agit de se démarquer.

SKEMA Conseil réalise aussi des mapping concurrentiels et des fiches barométriques afin de préciser l'analyse fournie au client. Les mapping concurrentiels ainsi que les fiches barométriques pourront comporter tous les éléments souhaités par le client comme l'emplacement, l'offre et les prix.

Le **benchmark** peut être composé d'une étude **documentaire, quantitative** et/ou **qualitative**. Les diverses études permettent d'obtenir des informations différentes qui donneront une vision d'ensemble intéressante et complémentaire du marché.



Objectifs

- Mieux **comprendre** le secteur visé ;
- **Approfondir** les données brutes de toutes les phases de l'étude ;
- **Obtenir** des informations précises et complètes ;
- **Classifier** les offres de la concurrence selon les différentes échelles macro et micro économique ;
- **Adapter** son positionnement par rapport aux concurrents et développer une stratégie de différenciation concurrentielle ;
- **Établir** un comparatif de la concurrence existante ;
- **Challenger** votre projet grâce à l'ensemble des informations recueillies lors de l'étude.



Étude de faisabilité

Une étude de faisabilité est une analyse approfondie du projet et de ses modalités afin de confirmer la faisabilité et donc la viabilité d'un projet. Il s'agit d'une consultation des différents aspects du projet, afin de pouvoir décider à l'issue de l'étude, de la poursuite ou de l'abandon du projet. L'évaluation de la faisabilité du projet ou du Business Model contiendra une évaluation technique, une évaluation économique, une évaluation opérationnelle et une évaluation légale et réglementaire du projet par rapport au marché et aux tendances de celui-ci.

L'étude de faisabilité permettra au client d'avoir à sa disposition tous les éléments clés de son projet et de s'assurer que celui-ci est bel et bien viable à travers les recommandations proposées par SKEMA Conseil.

Étude d'implantation

Une étude d'implantation consiste en l'évaluation de la faisabilité et de la pertinence de la localisation d'un projet ou d'une entreprise dans un lieu spécifique. Son objectif est de savoir si le ou les sites envisagés possèdent les caractéristiques nécessaires à la bonne installation du site ou du projet. Qu'il s'agisse de l'emplacement géographique, de l'accessibilité du lieu ou encore de la présence plus ou moins importante de la concurrence, il conviendra de traiter tous les éléments qui pourront contribuer à une réussite de long terme !

A cet effet, SKEMA Conseil propose la réalisation d'une étude de marché et de matrices coûts/efforts/impacts, PESTEL ou SWOT.

L'achèvement de l'étude d'implantation permet de prendre une décision éclairée afin que les chances de réussite du projet ou de l'entreprise soient les plus élevées.

Étude des consommateurs

Le but de cette étude est ainsi de comprendre les acteurs à l'œuvre sur le marché ciblé et les tendances des consommateurs. La population cible du projet sera étudiée à travers la réalisation d'une étude documentaire, quantitative et/ou qualitative.

Les buyer persona identifiés à l'issue de l'étude permettront de mieux comprendre les attentes des clients cibles et ainsi de développer une offre correspondante. L'administration de questionnaires et les entretiens affinent les résultats et donnent des points de vue plus précis sur des cibles plus larges.

Étude de satisfaction

L'étude de satisfaction vise à analyser les retours client. La satisfaction est mesurée grâce à la mise en place d'un baromètre fondé sur les résultats des questions fermées et sur les verbatims des questions ouvertes.

L'évaluation de la satisfaction concernant un produit ou une politique peut être réalisée quel que soit le contexte. Toutefois, c'est à des moments clés de changements, de variation, ou de stagnation qu'il est judicieux de mener une étude de satisfaction.

L'analyse et les recommandations seront basées sur les retours clients qui mettent en avant les points forts et les points faibles pour que le client puisse améliorer son parcours consommateur et gagner en fiabilité.

Étude de notoriété

L'étude de notoriété est une analyse visant à évaluer la notoriété d'une entreprise d'après la reconnaissance exprimée par un public ciblé. Cette étude permet de mesurer les perceptions des consommateurs ou utilisateurs vis-à-vis de la marque et par rapport à ses concurrents.

La notoriété évalue le marketing opéré par les entreprises au travers de leur communication digitale ou physique.

Objectifs

- Comprendre les besoins des clients pour apporter la solution optimale ;
- Comprendre toutes les parties prenantes ;
- Analyse de la zone de chalandise
- Mesurer les impacts de toutes les parties prenantes dans l'écosystème du client ;
- Considérer tous les paramètres de l'analyse afin de permettre au client de prendre la meilleure décision possible.



L'étude documentaire est une phase d'exploration du secteur d'activité visé. Celle-ci permet d'obtenir une **vision d'ensemble du marché** et de **synthétiser les données récoltées**.

Son élaboration permet de saisir l'ensemble des problématiques du marché à travers :

- Une analyse de la demande ;
- Une analyse de l'offre ;
- Une analyse des tendances du secteur en question.

Afin de garantir la qualité premium de nos informations, nous utilisons des **bases de données professionnelles** telles que **Statista, Orbis** ou encore **MarketLine**. Nous utilisons également les données récoltées à travers nos 54 ans d'expérience et également les informations de tous nos partenaires avec qui nous travaillons au quotidien. Depuis 1969, SKEMA Conseil s'est construite sa propre base de données sur toutes les études réalisées en France. Depuis son implantation internationale, la base de données s'étend désormais à l'Europe et au continent américain.

L'étude documentaire permet aux clients d'en apprendre plus sur son secteur avec des informations précises et chiffrées pour **atteindre ses objectifs**.

L'analyse de la demande

SKEMA Conseil identifie la ou les populations cibles et regroupe les informations importantes les concernant, comme leurs modes de consommation et leurs attentes vis-à-vis du projet. De plus, nous élaborerons des personae type qui représentera la clientèle potentielle du projet.

L'analyse de l'offre

SKEMA Conseil apporte des informations précises sur ses principaux concurrents. De plus, nous réalisons un mapping concurrentiel complet du secteur grâce auquel nous identifierons le positionnement du projet vis-à-vis de l'offre existante.

L'analyse du marché et des tendances

Nous réalisons un état des lieux du secteur d'activité visé en recensant les chiffres clés de ce marché et en analysant les potentiels investisseurs, zones d'influence, parties prenantes du secteur et les évolutions juridiques sur ce marché.

Nous réaliserons pour ce faire une matrice PESTEL qui permettra d'analyser l'environnement d'implantation et une matrice SWOT qui présentera les menaces et opportunités du marché et de l'entreprise. Cela permet d'avoir une vision globale des caractéristiques du marché et apportera une perspective d'évolution.

Objectifs

- Réalisation d'un état des lieux du marché ;
- Étude de la concurrence directe et indirecte ;
- Caractérisation de la conjoncture au moment de l'étude ;
- Identification des intérêts de la clientèle et des caractéristiques de consommation ;
- Détection des opportunités et des menaces pour votre projet.





La Braise est une chaîne de restaurants spécialisée dans les grillades, qui a ouvert ses portes en 2019. Lorsque le restaurant fait appel à SKEMA Conseil en 2021, il connaît une année prospère pour l'établissement situé à Wattrelos. Dans une volonté de développement, Le restaurant souhaitait évaluer le potentiel géographique d'une nouvelle implantation dans la zone de Seclin.

SKEMA Conseil a répondu à la demande par une étude documentaire afin de fournir les informations et conseils nécessaires pour s'implanter et évaluer les opportunités. Le but de l'étude était la réalisation d'un état des lieux du marché de la restauration dans le secteur de Seclin, une étude de la concurrence directe et indirecte mais aussi une identification des intérêts de la clientèle et des caractéristiques de consommation.

Après notre étude et grâce à nos recommandations, la Braise a ouvert un restaurant dans l'ancien domaine Napoléon à Seclin fin 2021. En suivant nos conseils et en créant diverses ambiances à différents horaires de la journée, Le Braise continue de prospérer et envisage même d'ouvrir un troisième restaurant dans le nord.



La prestation

Brainstorming avec le client pour comprendre tous les enjeux

Réalisation des livrables

Remise du livrable qui a permis au client d'ouvrir un nouveau restaurant

Recrutement et briefing des intervenants

Analyse et synthèse des résultats pour fournir toutes les informations nécessaires au client

Fidélisation du client qui a souhaité un plan de communication pour l'ouverture du restaurant



La phase quantitative correspond à l'administration de questionnaires composés majoritairement de questions fermées de manière à confirmer ou infirmer des hypothèses liées à l'environnement de votre structure. Ces questionnaires sont distribués à un public ciblé : vos consommateurs, vos prospects, vos collaborateurs, etc. Celle-ci permet d'identifier des comportements, attentes ou opinions d'un échantillon sondé que l'on peut ensuite généraliser à l'ensemble de la population ciblée.

Administration de questionnaires

Dans le cadre de l'étude, les questionnaires seront administrés en physique, par mail, phoning et par les réseaux sociaux. Les chefs de projets de SKEMA Conseil estiment le nombre nécessaire de personnes à interroger. Cela garantit l'atteinte d'un niveau de représentativité suffisamment élevé pour s'assurer que les résultats obtenus soient conformes à l'ensemble de la population ciblée.

L'échantillon quantitatif, sur lequel portera l'administration des questionnaires, issu de la population mère, s'articule de la manière suivante : le nombre de personnes à interroger estimé par SKEMA Conseil garantit l'atteinte d'un niveau de représentativité de la population cible.

Grâce à notre méthode d'élaboration et d'administration des questionnaires, nous limitons les biais, les plus souvent cognitifs, qui mènent à des erreurs dans l'interprétation des résultats, ce qui pourrait remettre en cause la validité de l'étude.

Élaboration des questionnaires

Les Chefs de Projet de SKEMA Conseil élaborent les questionnaires en fonction des besoins explicités par le client lors d'un échange téléphonique prévu à cet effet. De plus, le client est en charge d'émettre des propositions en se basant sur sa propre expertise. En effet, il a pour tâche d'élaborer une trame de questions optimale ; le but étant de ne pas influencer les réponses des personnes sondées.

A la fin de l'étude, nous fournirons au client l'accès à notre plateforme digitale de modulation et d'analyse des données : DATAVIV'. Ce lien partagé lui donnera un accès exclusif à l'ensemble des données brutes récoltées et lui permettra ainsi de réaliser en quelques clics des croisements de données de manière autonome. Cela s'ajoutera à l'analyse fournie par SKEMA Conseil au sein du rapport final.

SKEMA Conseil pour une étude quantitative

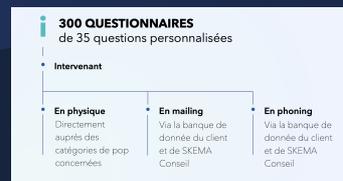
SKEMA Conseil est la seule Junior-Entreprise harmonisée sur 3 continents. Nos antennes en France nous permettent de couvrir l'ensemble du pays, Lille, Paris, Nice. Nous couvrons aussi l'Europe et le continent américain grâce à nos antennes étrangères aux États-Unis et au Brésil. Grâce aux 54 000 alumni de SKEMA Business School, nous profitons d'un réseau mondial qui participe activement à la vie de la Junior-Entreprise.



Objectifs

- Réaliser une mesure de l'environnement, des parties prenantes que le client souhaite étudier ;
- Identifier des caractéristiques communes à la population cible ;
- Dégager des tendances avec l'analyse des résultats obtenus pour accroître l'impact de l'entreprise sur les écosystèmes qu'elle souhaite atteindre ;

- Obtenir de la donnée brute et statistique que nous analysons pour dégager des tendances ;
- Accompagner le client pour qu'il prenne les bonnes décisions pour l'entreprise en ayant conscience de l'avis des parties prenantes.





EDF, Électricité de France, est le premier producteur et fournisseur d'électricité en France et en Europe. L'entreprise opère dans tous les segments de la chaîne de valeur de l'électricité, de la production d'énergie nucléaire et renouvelable à la distribution aux consommateurs finaux. Engagée dans la transition énergétique, elle développe des sources d'énergie renouvelable et promeut l'efficacité énergétique.

Alors que la société allait être nationalisée à 100% et que les coûts liés aux énergies étaient en augmentation, **EDF a fait appel à SKEMA Conseil pour étudier le comportement et les réactions des consommateurs en période de forte consommation d'électricité au niveau national**. Il était également important d'évaluer le degré de connaissances des bonnes habitudes à adopter en période de pic de consommation.

Pour y répondre, SKEMA Conseil a réalisé une **étude quantitative au niveau national pour analyser massivement les comportements des utilisateurs**. Le but était de distribuer des questionnaires en physique pour connaître l'opinion des consommateurs et donc améliorer l'expérience client et accompagner au mieux les consommateurs malgré les conjonctures économiques.

300

questionnaires administrés

7

études dont

2

quantitatives

5

mois d'étude avec



La prestation

Brainstorming avec le client pour comprendre tous les enjeux

Réalisation des questionnaires

Remise du livrable qui a permis à EDF d'améliorer leur expérience client

Recrutement et briefing des intervenants

Analyse et synthèse des résultats pour fournir toutes les informations nécessaires au client

7 études réalisées avec EDF sur diverses problématiques



L'étude qualitative est une méthode qui permet d'analyser et de comprendre des comportements, opinions, voire des faits.

Pour cela, plusieurs méthodes peuvent être utilisées :

Les focus groups

Ceux-ci sont réalisés auprès d'un petit groupe de personnes afin de confronter leurs idées. Les consultants suivent une trame ayant pour but de faire émerger le débat entre les personnes interrogées. Les focus groups permettent d'explorer plus en détail les opinions et les expériences des participants. Les discussions en groupe peuvent révéler des perspectives et des idées que les questionnaires individuels peuvent ne pas capter. Ainsi, l'environnement collaboratif créé stimule l'innovation et la créativité, permettant d'aller au-delà des idées préconçues et des approches traditionnelles.

Les entretiens semi-directifs

Ceux-ci sont faits sous la forme d'un entretien d'un potentiel client, expert ou professionnel du secteur visé. Cela permet de récolter des informations précises sur les tendances de consommation, de challenger le projet ou d'avoir un retour d'expérience par le professionnel du secteur.

Complétant l'étude quantitative, l'étude qualitative permet d'aborder de manière plus approfondie les sujets et de mieux comprendre les nuances des opinions et des expériences des participants. Le guide d'entretiens privilégie les questions ouvertes qui permettent à chaque personne de s'exprimer librement sur les sujets que le client veut aborder. Ainsi, les résultats de l'étude qualitative recensent les pensées ainsi que les processus de réflexion des personnes interrogées.

Objectifs

- Obtenir une compréhension approfondie des expériences, des perceptions, des opinions et des motivations des participants ;
- Définir et comprendre les attentes des parties prenantes de manière exhaustive ;
- Faire émerger de nouvelles idées ;
- Compréhension des normes sociales et des influences sociales ;
- Identifier des nouveaux thèmes et idées émergentes ;
- Obtenir une réflexion approfondie sur question.



Continental est un groupe industriel de référence dans le domaine des pneumatiques, fondé à Hanovre en 1871. Quatrième fabricant de pneus au niveau mondial, Continental est aujourd'hui leader du marché du pneu tourisme en Europe. Avec 220 137 salariés à travers le monde, dont près de 8 000 en France, le Groupe Continental met toute son expérience au service d'une mobilité plus sûre, plus durable, plus propre ainsi qu'intelligente et connectée. Le Groupe Continental innove et se développe continuellement, tout en s'adaptant aux nouvelles problématiques environnementales, technologiques et économiques. Aujourd'hui, 100 % des véhicules fabriqués en Europe sont équipés d'au moins un produit Continental.

Continental a fait appel à SKEMA Conseil pour **comprendre en détail les différentes étapes et interactions du parcours client, depuis le premier contact avec l'entreprise jusqu'à l'après-vente, afin d'identifier les points forts, les points faibles et les opportunités d'amélioration.** L'objectif étant d'adapter l'offre du Groupe et de définir des actions concrètes à mettre en œuvre au sein de l'entreprise et d'aider à implémenter cette démarche sur le long terme.

SKEMA Conseil a répondu à cette problématique en proposant une phase qualitative destinée aux collaborateurs les plus proches du service client de Continental. Une phase qualitative peut être composée d'entretiens semi-directifs qui prennent la forme d'une interview ou bien d'un focus-group qui vise à réunir un petit groupe de personnes et à créer un débat. L'intérêt d'une phase qualitative est de pouvoir observer des données descriptives, verbales ou non verbales, et des données de comportement portant sur de petits échantillons de population. Cela permet ainsi une analyse approfondie des données récoltées et de générer des hypothèses.

“ C'était un plaisir de travailler avec vous. On connaît parfaitement notre secteur et pourtant vous venez avec un regard neuf sur plusieurs de nos problématiques. Vous êtes parvenus à pointer du doigt ce qu'on ne voyait plus. Vous n'avez franchement pas à pâlir devant les cabinets de conseil professionnels. ”

- Continental

La prestation

Brainstorming avec le client pour comprendre tous les enjeux

Réalisation des livrables

Remise du livrable qui a permis au client d'améliorer son suivi clientèle

Recrutement et briefing des intervenants

Analyse et synthèse des résultats pour fournir toutes les informations nécessaires au client

Présentation du rapport final avec l'ensemble des dirigeants de Continental au siège à Paris



MARKETING

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969



**SKEMA
CONSEIL**



Le plan de communication se découpe en plusieurs phases qui peuvent être indépendantes mais qui vous permettront d'avoir une communication efficace et un marketing performant.

Stratégie Marketing

La stratégie marketing permet de développer la vision et l'ambition du marketing pour l'entreprise, c'est un moment de réflexion sur les enjeux de communication. SKEMA Conseil analyse et synthétise la stratégie pour augmenter la visibilité et servir l'activité commerciale de l'entreprise. La stratégie marketing est à la fois théorique et chiffrée afin d'être atteignable et réalisable.

Charte Graphique

La charte graphique est construite avec le client pour déterminer l'identité visuelle de l'entreprise. La charte graphique définit le logo, les couleurs, la typographie et tout l'univers graphique que l'entreprise souhaite refléter pour se faire connaître et se différencier à travers son offre. La stratégie de différenciation concurrentielle est essentielle pour le développement des entreprises actuelles qui doivent s'adapter aux besoins des clients.

Ligne Éditoriale

Dans la ligne éditoriale, SKEMA Conseil collabore avec l'entreprise pour définir sa cible en fonction de ses canaux de communication, déterminer le message à faire passer dans sa communication, choisir les supports de communication adéquats, ainsi que les types de contenus à produire, mener une veille concurrentielle, lister les idées de thématiques et bâtir un planning éditorial global.

Personal Branding

Le personal branding est le fait de promouvoir l'entreprise dans laquelle le client et ses collaborateurs travaillent à travers leur image personnelle. Par la même occasion, le personal branding rend l'entreprise plus attractive et plus humaine grâce à l'employee ou le leader advocacy.

Calendrier Éditorial

Le calendrier éditorial planifie les publications de l'entreprise sur les réseaux. L'optimisation du calendrier éditorial se fait en fonction du changement des algorithmes des réseaux sociaux.

Visuels et Rédaction des publications

La Réalisation des Visuels du calendrier éditorial est réfléchi en accord avec la stratégie marketing et la charte graphique pour assurer la qualité et la cohérence des livrables.

La Rédaction des Publications permet d'augmenter la visibilité de l'entreprise et de ses employés car elle suit un wording précis, optimisé selon les algorithmes des réseaux grâce à une stratégie SEO.

SEO des réseaux sociaux

Pour optimiser la Stratégie des Réseaux sociaux, SKEMA Conseil analyse régulièrement les dernières tendances des algorithmes des réseaux sociaux. Comprendre la stratégie des réseaux sociaux à pour but de permettre au client de performer dans sa communication et d'atteindre ses objectifs marketing.

Objectifs

- Établir des actions sur les réseaux sociaux auprès des prospects et auprès des clients ;
- Synchroniser les actions avec les moments clés de l'entreprise pour maximiser la visibilité du contenu ;
- Planifier des actions via le calendrier éditorial pour avoir une communication cohérente sur tous les supports dans le but de gagner en visibilité ;
- Créer les visuels et les designs pour chaque publication ;

Notre accompagnement en matière de marketing vous permettra de bénéficier d'une vision panoramique des actions à mettre en place afin de segmenter ou d'élargir votre audience et de la fidéliser ;

Enfin, votre Plan de Communication vous permettra de bénéficier d'outils marketing clés-en-main afin d'optimiser votre temps et l'efficacité de votre communication, tout en restant en accord avec les besoins de votre audience et votre marché.



2023

2ème Prix de la Meilleure Stratégie de Communication, Saint-Gobain



du CA réalisé grâce à des études Marketing



L'**Hôpital Foch de Suresnes** dans la région parisienne est l'un des plus grands hôpitaux de France, il n'a cessé de s'agrandir depuis son ouverture en 1936.

L'Hôpital Foch voulait mettre en place une offre correspondant au mieux aux besoins des consommateurs. L'entreprise Foch Santé Formation souhaitait obtenir toutes les clés nécessaires à la mise en place de ce projet. L'intervention de SKEMA Conseil avait pour but de **mettre en place une stratégie marketing** efficace afin d'augmenter la visibilité des formations et ainsi attirer une nouvelle clientèle.

Durant **25 semaines**, SKEMA Conseil a accompagné Foch Santé Formation dans l'élaboration de leur nouveau positionnement sur le marché des formations médicales. À travers notre expertise méthodologique, SKEMA Conseil est parvenu à mettre en place une nouvelle stratégie de positionnement pour Foch Santé Formation.

Au-delà de l'analyse des différentes formations médicales proposées en **Europe**, au **Moyen-Orient**, et aux **États-Unis**, nous avons rendu une analyse détaillée de leur territoire d'action leur permettant d'adapter les orientations stratégiques mises en place.

SKEMA Conseil a pensé un plan de communication pour Foch Santé Formation. Ce dernier avait pour vocation de donner à l'établissement des outils clé-en-main afin de véhiculer un message à l'audience nationale et internationale.

SKEMA Conseil a créé des **designs**, des **visuels**, une plaquette commerciale et un catalogue pour l'Hôpital Foch. La création de designs et de visuels a été accompagnée par un guide personnalisé de messages afin d'améliorer l'accompagnement des patients et de gagner en clarté. La plaquette commerciale et le catalogue pour les formations proposées ont été imaginés et traduits en anglais pour toucher une cible toujours plus grande.

La réalisation de la plaquette commerciale et du catalogue a permis à l'hôpital d'**augmenter la visibilité** des formations proposées grâce à une image et à un message marketing clair et en accord avec les valeurs de la structure. C'est à travers les différents livrables fournis à l'issue de l'étude que **Foch Santé Formation a réussi à atteindre son audience cible** et donner aux formations une vitrine permettant de s'affirmer dans son écosystème.

La prestation

Brainstorming avec le client pour comprendre tous les enjeux

Création de la charte graphique en accord avec l'environnement du client

Réalisation et rédaction des visuels mis à disposition et pour les réseaux sociaux

Définition de la stratégie marketing à adopter

Mise en place de la ligne éditoriale et du calendrier éditorial

Solution clé en main avec Figma



La mise en place d'une **stratégie marketing digital** est désormais primordiale pour les entreprises qui souhaitent développer leur visibilité sur Internet, par leur site web ou leurs réseaux sociaux. Une stratégie cohérente aux projets de l'entreprise permet un retour sur investissement majeur. L'avantage d'une stratégie en ligne est aussi d'avoir accès aux évolutions en temps réel et de pouvoir adapter les actions au fur et à mesure.

Dans un premier temps, un **brainstorming créatif** permet de définir avec le client une ligne directrice qui guidera le reste de l'étude. Cette étape permet au client d'établir le public qu'il souhaite viser, les outils auxquels il a accès mais aussi l'investissement financier et de temps qui sera fait pour le reste de la stratégie afin qu'elle soit la plus optimisée possible.

Une stratégie marketing digital permet à la fois d'**améliorer la visibilité d'un projet** mais aussi de **créer une identité unique en ligne**. C'est pourquoi elle doit être construite en cohérence avec l'ADN de l'entreprise, du projet et des parties prenantes.

La stratégie marketing digitale permet de promouvoir efficacement le projet avec des objectifs comme apparaître en tête des résultats sur les moteurs de recherche, obtenir une analyse détaillée des analytics et maîtriser les meilleures pratiques (l'ensemble des astuces quotidiennes essentielles à un marketing efficace).

La stratégie marketing digital se divise entre l'optimisation **SEO** (Search Engine Optimization) **SEA** (Search engine advertising).

L'**optimisation SEO** également connue sous le nom de référencement naturel (gratuit), est une stratégie pour améliorer la visibilité et le positionnement d'un site web dans les résultats organiques des moteurs de recherche.

L'**optimisation SEA** consiste à optimiser les campagnes de publicité payante sur les moteurs de recherche, tels que Google Ads, Google Shopping, Bing Ads, et autres, afin d'obtenir de meilleurs résultats et un retour sur investissement plus élevé.

SKEMA Conseil vous accompagne en combinant SEO et SEA dans une stratégie cohérente avec votre projet tout en optimisant les coûts pour **assurer un retour sur investissement** (ROI) conséquent.

L'avantage du marketing digital est un suivi en temps réel qui vous permet de vous adapter au fur et à mesure pour améliorer constamment votre approche vis-à-vis de l'audience visée. Les outils employés par les équipes spécialisées de SKEMA Conseil sont identiques à ceux des cabinets de conseil avec des résultats nous permettant de rivaliser avec des professionnels ayant plusieurs années de métier.

Objectifs

- Améliorer la visibilité en ligne ;
- Acquérir de nouveaux clients et fidéliser les anciens clients ;
- Augmenter la notoriété de la marque ;
- Générer du trafic qualifié ;
- Accroître les ventes et les revenus ;
- Optimiser la conversion ;
- Se différencier de la concurrence ;
- Mesurer et analyser les performances.



2023

2ème Prix de la Meilleure
Stratégie de Communication,
Saint-Gobain



du CA réalisé grâce à
des études Marketing



Stratégie Marketing digital

VaPo RaMa

Business Case

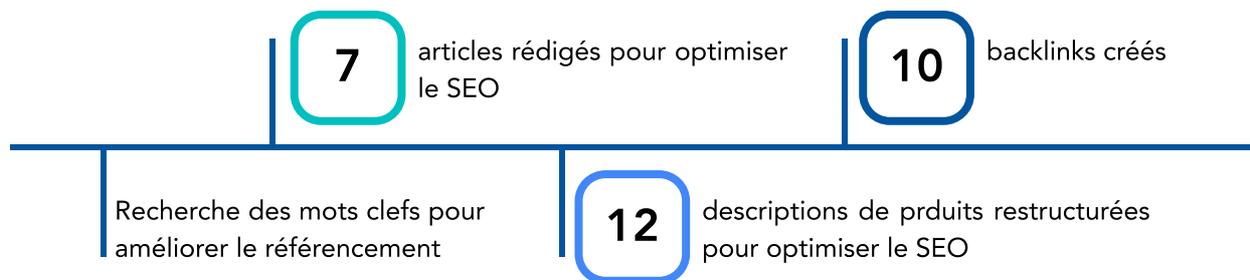
VAPORAMA est une entreprise de cigarettes électroniques. Cette dernière possède six boutiques à Lille. Le projet a eu pour but de mettre en place une stratégie SEO (Search Engine Optimization) pour améliorer le référencement de son site internet. Ce dernier n'avait pas d'autre choix que de se tourner vers le référencement naturel, puisque les campagnes SEA (Search engine advertising) ne peuvent légalement être utilisées pour vendre des cigarettes électroniques et des e-liquides. Le projet a, dès lors, eu pour but de mettre en place une stratégie SEO (Search Engine Optimization), pour d'améliorer le référencement de son site internet. À cet effet, les Chefs de Projet de SKEMA Conseil ont proposé de mettre en place une stratégie SEO en plusieurs étapes.

L'étude s'est déroulée avec la mise en place des méthodologies suivantes :

La stratégie SEO menée par SKEMA Conseil a permis à Vaporama d'atteindre ses objectifs de visibilité sur son site : la visibilité de l'entreprise a augmenté de 20% par rapport à celles de ses concurrents. Cela leur a permis de réaliser une augmentation de leur chiffre d'affaires de 35% par rapport à celui de l'année précédente.

“ Nous avons beaucoup aimé travailler avec SKEMA Conseil parce qu'ils sont très professionnels et ont parfaitement compris les enjeux de mon activité : optimiser mes pages web pour le SEO tout en gardant un discours commercial pertinent qui donne à mes clients envie d'acheter. ”

- Vaporama



La prestation

Brainstorming avec le client pour comprendre tous les enjeux

Recherche des mots clefs les plus optimisés pour le SEO

Rendu des livrables et mise en place des recommandations

Définition de la stratégie marketing digitale à adopter

Rédaction des articles, des descriptions et création des backlinks

Augmentation de la visibilité et du chiffre d'affaires de l'entreprise



Web Design

Prestation



Dans un monde de plus en plus numérisé, il paraît nécessaire pour toute entreprise de se digitaliser et d'être présente sur Internet.

Ainsi, en 2020, SKEMA Conseil a décidé de créer un partenariat avec JISEP sous la marque commune SKISEP.

Créée en 1984, Junior ISEP, la Junior-Entreprise de l'Institut Supérieur d'Électronique de Paris, est spécialisée dans les domaines de l'informatique, des télécoms et de l'électronique. Elle a été récompensée par la CNJE par l'obtention de plus de dix prix depuis quinze ans, ce qui lui a permis de s'imposer au fil des ans comme la référence incontournable des écoles d'ingénieurs.

Ainsi, SKEMA Conseil a fait le choix de s'investir dans cette marque commune afin de proposer à ses clients entrepreneurs et entreprises **une prestation complète allant de l'étude de marché, à la recherche de financement, jusqu'à l'accompagnement digital.**

Grâce à ce partenariat, SKEMA Conseil est capable d'offrir à ses clients la prestation Web design. En effet, Junior ISEP peut créer sur mesure votre site Internet marchand afin de développer votre activité, augmenter vos ventes et améliorer votre visibilité. **Cette prestation vous permettra de développer la fonctionnalité e-commerce de votre boutique ou sera simplement la vitrine de votre commerce afin de toucher un plus grand nombre de personnes.**

SKEMA Conseil peut également répondre aux besoins de toute entreprise souhaitant développer une application mobile. SKISEP vous accompagne du développement de l'application interactive en fonction de vos désirs jusqu'à la mise en service de celle-ci et la correction de bugs éventuels.

RETIF

Business Case

Depuis 1968, le **GROUPE RETIF** commercialise des équipements et des solutions d'agencement pour les commerces et les magasins indépendants.

Le groupe RETIF souhaitait développer une plateforme mettant directement en lien des offreurs d'emploi de la région des Alpes-Maritimes et les collaborateurs ou potentiellement les futurs employés du GROUPE RETIF.

Ainsi SKEMA Conseil est intervenu par l'intermédiaire de sa marque commune SKISEP pour **aider l'entreprise à créer ce site Internet et définir un plan de communication pour toucher les DRH de la région des Alpes Maritimes.** Ainsi, le contenu des pages a été réalisé entièrement par SKEMA Conseil puis codé par Junior ISEP avec la trame du site Internet.

Junior ISEP et SKEMA Conseil sont donc intervenus, ensemble, sur la même étude afin de combiner les savoir-faire aussi bien d'ingénierie que commerciaux et de répondre aux besoins de cette entreprise.

+30

pages principales

Site marchand avec un nombre de page total de :

+300.000

1.800.000

résultats Google



FINANCE

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969



**SKEMA
CONSEIL**



Le **business plan** est indispensable pour tout entrepreneur, surtout si celui-ci cherche des investisseurs. Il est à la fois un outil de pilotage du projet et un outil de communication, qui permettra de convaincre les partenaires (associés, franchiseurs, institutions financières,...) de la viabilité de votre projet.

Il est composé de 4 axes :

- L'Executive Summary qui résume le projet et établit le portrait du porteur de projet
- Un axe économique
- Un axe juridique
- Un prévisionnel financier sur une période de 3 ans. C'est la partie la plus importante puisqu'elle permet de traduire financièrement un projet et d'avoir une idée de sa viabilité et de sa rentabilité.

Les 4 axes du business plan ont pour objectif de **transmettre une vision claire et réel du projet** afin de lui donner toutes les chances de réussir.

L'**executive summary** est une véritable synthèse de votre business plan, celui-ci présente les éléments fondamentaux et les chiffres clés de votre projet.

Il permet de mettre en avant les tenants et les aboutissants de ce dernier en seulement quelques pages et établit le portrait du porteur de projet.

L'**axe juridique** de votre projet permet de vous donner toutes les clés de compréhension pour appréhender les règles en vigueur dans votre secteur d'activité.

Le **montage d'un projet** comprend trois éléments clés :

- L'étude de marché analyse le marché visé, sa réglementation, les besoins des clients et la concurrence ;
- La stratégie commerciale développe les offres pour répondre aux besoins clients, incluant l'offre de produits/ services et leur positionnement pour établir un plan d'action ;
- L'organisation matérielle énumère les besoins matériels comme les locaux, les aménagements et les stocks.

L'**axe financier** de votre projet permet de traduire financièrement sur une période de trois ans le projet de création d'entreprise présenté précédemment.

la ligue de
l'enseignement
un avenir par l'éducation populaire

Business Case

La ligue de l'enseignement est une confédération d'association de 25 000 associations locales divisée en 103 divisions départementales.

Plus spécialement, la division du Centre-Val de Loire souhaitait reprendre le bail commercial d'un village de vacances par un appel à projet pour la première fois dans leur région.

SKEMA Conseil a été contacté dans le but de réaliser une **analyse approfondie du secteur des villages de vacances pour évaluer la faisabilité et la rentabilité de la reprise du village de vacances**. L'étude de marché intégrée au Business Plan a dégagé les grands axes de différenciation concurrentielle pour garantir une implantation efficace à la ligue de l'enseignement.

Ainsi, un **business plan** a été réalisé sur 6 ans pour traduire financièrement le projet de l'association. Le but était pour l'association d'avoir un suivi précis du développement de leur centre de vacances. Également, la réalisation du Business Plan a permis de savoir si le projet allait générer des bénéfices et si le niveau de rentabilité était suffisant.

Finalement, le Business Plan a permis à la ligue de l'enseignement d'avoir toutes les clés en main pour le dépôt de leur dossier de candidature pour la reprise du bail commercial. **La ligue de l'enseignement a obtenu les fonds nécessaires à leur lancement auprès de la banque, et ce grâce au Business Plan réalisé par SKEMA Conseil.**



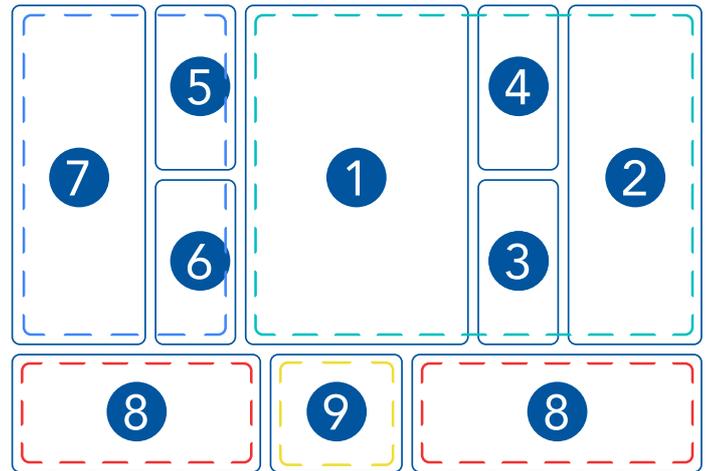
L'atelier **business model** est une séance interactive et collaborative visant à concevoir, analyser ou améliorer le modèle économique d'une entreprise en identifiant ses valeurs, ses clients cibles, ses ressources ou encore ses acteurs.

Cet atelier se fait à l'aide du Canvas d'Osterwalder. Cet outil est un outil systémique divisé en 9 composantes regroupées sous 4 grands groupes : Le **Marché**, la **Structure**, les **Coûts** et l'**Organisation**.

Les 9 composantes sont :

1. Proposition de valeur
2. Segment client
3. Canaux de distribution et de communication
4. Expérience / relation clients
5. Ressources clés
6. Activités clés
7. Partenaires clés
8. Structures des coûts
9. Organisation

Canvas d'Osterwalder



Les objectifs du business model sont de :

- **Générer** des revenus ;
- **Créer** de la valeur pour les clients ;
- **Assurer** la rentabilité ;
- **Favoriser** la croissance ;
- **Assurer** la différenciation concurrentielle ;
- **Maximiser** la valeur pour les parties prenantes.



La **Fédération française du bâtiment (FFB)** est une organisation créée en 1904 dont l'objectif est de représenter et d'accompagner les entreprises de bâtiment. Aujourd'hui, la FFB regroupe 50 000 entreprises, dont 35 000 artisans. GEIQ (Groupement d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification) est un collectif regroupant des employeurs qui souhaitent donner une chance aux personnes en difficulté d'accès à l'emploi.

Ces deux organisations souhaitent **organiser un évènement dans les grandes villes de France afin de promouvoir l'emploi dans le secteur du BTP et de capter les potentiels candidats ayant un projet dans ce domaine.**

SKEMA Conseil est intervenue afin d'aider ces deux organismes à définir et organiser leur projet à l'aide d'un atelier Business Model.

Une journée de Brainstorming avec les concepteurs du projet et les parties prenantes a permis de modéliser économiquement le projet. Le but étant de leur donner une vision claire du projet et d'avoir toutes les ressources pour le mettre en place, comme par exemple le nom, les lieux stratégiques, les activités ou encore les manières d'atteindre les objectifs.

Finalement, la conception de ce Business Model a permis à la Fédération Française du Bâtiment de réaliser ces évènements et d'obtenir des nouvelles candidatures bénéfiques à leur activité commerciale.



Le contexte économique actuel oblige les entreprises à réévaluer leur orientation stratégique et leur position sur le marché. La dynamique de l'offre et de la demande, plus au moins sévère selon les secteurs, oblige les firmes à adapter leur stratégie pour assurer leur rentabilité. Dans ce contexte, **SKEMA Conseil vous accompagne en matière de rachat d'entreprise avec l'ambition de placer au mieux ses clients sur le marché dans une perspective d'évolution à grande échelle.**

La proposition de SKEMA Conseil repose sur une approche en deux étapes :

La première phase consiste à **explorer de nouveaux marchés pour une entreprise donnée**, privilégiant des secteurs proches de son domaine d'activité initial. L'objectif est de cerner les principaux acteurs sur une zone géographique spécifique (en analysant leur taille, domaine d'activité, structure organisationnelle, ressources et demandes, etc.) et de comprendre les besoins auxquels ils répondent. Les consultants de SKEMA Conseil, formés au sein du prestigieux Master Financial Markets and Investments - classé 3ème meilleur master en finance dans le monde par le Financial Times en 2022 - identifient ainsi les opportunités de croissance et sélectionnent les secteurs stratégiques les plus pertinents pour le client.

La deuxième phase implique de **dresser la liste et de hiérarchiser les entreprises potentiellement éligibles au rachat dans les secteurs préalablement identifiés**. Ce processus comprend :

- L'identification et la caractérisation des entreprises dans une zone géographique précise afin de déterminer leurs capacités, compétences distinctives et leur positionnement sur le marché ;
- L'analyse de la répartition géographique des entreprises et des projets, dans le but de déceler les opportunités les plus prometteuses ;
- L'étude du positionnement des entreprises sur le marché, de leurs stratégies, et de leurs réseaux de partenaires et clients.

Avec les informations financières fournies par le client concernant l'entreprise mère (notamment les états financiers du client), SKEMA Conseil est en mesure d'estimer la rentabilité potentielle de l'acquisition de ces entreprises cibles, en tenant compte des investissements requis et du retour sur investissement attendu. Enfin, en s'appuyant sur les résultats de cette étude, SKEMA Conseil formule des recommandations stratégiques pour le client en termes de fusions et acquisitions.



Eiffage est un groupe de construction et de concessions français, fondé en 1993. Eiffage exerce aujourd'hui dans de nombreux domaines des travaux publics : construction, infrastructures, concessions et énergie. Il s'agit du **troisième groupe de constructions et de concessions français, et du quatrième groupe européen.**

Dans un contexte de contraction de la demande de logement et de dynamique inflationniste haussière, Eiffage Construction explore activement des stratégies de réorientation commerciale à court et moyen terme. **L'objectif d'Eiffage est de se développer et d'étendre ses activités pour se diversifier sur le marché qui connaît une concurrence de plus en plus grande.**

Pour ce faire, Eiffage Construction fait appel à SKEMA Conseil dans l'objectif de réaliser une étude de marché de différents secteurs, en vue d'une future implantation et d'un éventuel rachat d'entreprise.

Une étude sectorielle et une étude de marché ont été réalisées sur les sociétés potentielles pour dégager les cibles les plus intéressantes et pertinentes pour Eiffage. Ces études approfondies ont analysé les entreprises du secteur, de leurs états financiers à leur stratégie globale en passant par les réalisations concrètes récentes.

Finalement, SKEMA Conseil a présenté un panel d'entreprises qui correspondaient aux critères d'Eiffage qui a désormais toutes les cartes en main pour prendre la meilleure décision possible concernant son potentiel rachat d'entreprise.



PRODUIT

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969



**SKEMA
CONSEIL**



Le Suivi Produit, évalue en continu la performance, la satisfaction et l'adéquation des produits proposés par votre entreprise.

Dans le cadre d'une prestation de suivi produit, des mesures sont mises en place pour recueillir régulièrement les commentaires, les données et les retours d'expérience des clients concernant les produits. L'objectif est de surveiller de près la perception de vos clients, de détecter rapidement les problèmes éventuels et de prendre des mesures pour les résoudre, ainsi que d'identifier les opportunités d'amélioration continue.

Afin d'assurer le suivi produit, SKEMA Conseil met en place plusieurs méthodologies : les tests produits, les focus produits, les clients mystères et le suivi de la santé globale de la marque.

Tests Produits

Les tests produits sont souvent réalisés en amont de la sortie de nouveaux produits pour des entreprises qui se lancent ou des grands groupes qui veulent connaître l'étendue du marché d'un nouveau produit ou d'une nouvelle prestation. Ces tests sont accompagnés de questionnaires réalisés en collaboration avec le client afin de recueillir l'avis de la population cible sur ces nouveautés.

Focus Produit

Le focus produit optimise les performances en analysant en détail les produits du client et en développant des stratégies de commercialisation ciblées. Les 54 ans d'expérience de SKEMA Conseil nous permettent de porter un regard professionnel et informé sur vos produits, puisque nous avons l'habitude d'en analyser. En parallèle, notre qualité d'étudiants nous permet d'apporter un regard jeune et neuf sur vos produits.

Le focus produit se concentre sur les articles ou prestations vendus par la marque pour comprendre les besoins du client et améliorer son expérience.

Clients Mystères

Les clients mystères sont un moyen de se placer du côté du consommateur et d'évaluer l'ensemble du cheminement du client. Cette méthodologie permet d'obtenir des informations sur les produits et la relation client.

Suivi de la Santé Globale de la Marque

Le suivi de la santé globale de la marque évalue en continu la notoriété, la perception de la marque par les clients et les concurrents ainsi que la qualité du produit ou du service. Le suivi est réalisé par des études documentaires, quantitatives qualitatives ou des audits qui analysent la santé globale de la marque.

La prestation

Brainstorming avec le client pour comprendre les enjeux de suivi

Mise en place et réalisation des méthodologies pour accompagner le client

Analyse et synthèse des données collectées

Définition d'une stratégie de suivi produit avec le client

Collecte des données pendant l'étude qui pourront être transmises brutes à l'entreprise

Réalisation des recommandations et rendu des livrables au client



Test UX

Le test UX consiste à tester un support numérique en suivant une trame de test donnée ; **l'objectif est afin d'évaluer la satisfaction utilisateur, la différenciation de la plateforme vis-à-vis des concurrents, la réduction des coûts de support, améliorer la fréquentation d'une plateforme.**

Une expérience utilisateur positive contribue au succès de l'entreprise et de ses produits. Les prospects et clients ont besoin de sentir en confiance.

La réalisation d'un test UX se déroule en 4 temps :

- La planification de l'étude,
- La préparation du test, Si votre entreprise dispose déjà d'un scénario de test, il suffira de le consulter puis de le revoir et le modifier au besoin avant de l'appliquer.
- L'exécution du test, se fait grâce aux intervenants intéressés par l'IA et l'UX design au sein de SKEMA Business School.
- L'analyse du résultat permettra d'identifier des (nouveaux) problèmes, de répondre aux demandes et exigences des clients, de solutionner ces problèmes et requêtes et de réduire les coûts et les risques.

Ainsi, la viabilité et le confort offert par la plateforme sont évalués par une série de tests successifs.

UI Design

Le visuel d'une plateforme est au moins aussi important que son contenu. Sans visuels attractifs et efficace, vous ne pouvez espérer transmettre efficacement le message de votre contenu.

Il est essentiel d'effectuer des tests utilisateurs afin d'évaluer la qualité de vos plateformes en ligne. Ces tests utilisateurs, également connus sous le nom de tests UX, visent à simplifier et à améliorer l'expérience des utilisateurs lors de leurs interactions avec vos produits et services numériques.

L'évaluation de la qualité de vos supports numériques doit être intégrée à votre stratégie globale, car cela vous permet de faire progresser l'utilité, l'utilisation et l'attrait de votre service.

Le design UX englobe l'ensemble du processus d'acquisition et d'intégration du produit, incluant des aspects tels que l'image de marque, le design, la facilité d'utilisation et la satisfaction liée à l'utilisation.

Nos responsables Marketing et Growth peuvent prendre part à l'élaboration des visuels relatifs à ceux de vos plateformes afin qu'ils soient attrayants, intuitifs et agréables à utiliser.

Les visuels sont un élément clé du processus d'acquisition. Par exemple, le changement de nos visuels commerciaux a augmenté le nombre de signatures.

Les tests

Test d'utilisation

Le test d'observation permet d'observer l'utilisation d'un produit digital par ses utilisateurs. L'objectif est de vérifier son bon fonctionnement en demandant aux testeurs d'effectuer des tâches pendant que l'écran est enregistré. Un questionnaire Sphinx complète l'exercice en collectant les retours en direct des testeurs. Les concepteurs peuvent évaluer les fonctionnalités intéressantes et avancer sur les axes d'amélioration.

Test comparatif de visuels et fonctions

Il s'agit de comparer deux versions différentes d'un même visuel ou d'une même fonction afin de déterminer la version la plus adaptée à l'objectif fixé ou au message à transmettre.

Il est nécessaire de tester les deux versions (ou visuels) sur deux échantillons d'utilisateurs différents afin de comparer les taux de satisfaction.

Test comparatif d'arborescence

Plusieurs arborescences sont évaluées de manière aléatoire par les utilisateurs. L'objectif est de déterminer quelle structure, quelle trame est la plus efficace. Par exemple, ce test permet de tester la validité du menu d'un site en testant chaque étape de l'arborescence.

Test « 5 secondes »

Un visuel est montré à l'utilisateur pendant 5 secondes, puis un questionnaire est administré. Ce test rapide vient confirmer ou infirmer la présence des éléments essentiels au yeux des utilisateurs de la plateforme. Ce test permet de vérifier si le message principal que l'on souhaite communiquer est transmis efficacement.

Partenaire de l'entreprise Italienne :
sur la formation et la mise en place
de l'UX et de l'UI

NEXID



RESSOURCES - HUMAINES

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969



**SKEMA
CONSEIL**



Les **stratégies dans le domaine des ressources humaines** se déclinent en plusieurs axes dont l'objectif est d'améliorer les relations avec vos collaborateurs et vos équipes afin d'assurer notamment le bon fonctionnement de vos processus internes.

Pour récolter les avis de vos collaborateurs et parties prenantes, nous pouvons mettre en place un système d'**entretiens individuels ou en groupe**.

Les **focus groups** permettent de confronter les idées de différents collaborateurs sur un sujet précis à l'aide d'un guide d'entretien dans un cadre neutre. Ce format de discussion donne l'opportunité de confronter différents points de vue. Le rapport détaillé mettra en valeur les verbatims les plus importants, les attitudes des participants mais aussi une analyse et des recommandations tirées de leurs points de vue et du débat qui a eu lieu. Il vous sera également remis une retranscription complète pour que vous ayez une vision globale de la discussion

Un système d'entretiens individualisés est possible à travers la mise en place d'**entretiens semi-directifs (ESD)**, menés à l'aide d'un guide d'entretien défini au préalable à vos côtés, afin d'orienter aux mieux les échanges sur les problématiques ciblées. Les entretiens individuels permettent d'échanger plus profondément avec un collaborateur grâce à des questions précises et ciblées.

Pour avoir une vision plus large et chiffrée de l'impact d'un changement interne, l'**administration et l'analyse de questionnaires** vous permettent d'avoir un retour global de vos équipes et collaborateurs afin de les intégrer dans l'élaboration de votre politique interne.

Pour améliorer votre communication interne, nous proposons des prestations sur mesure mêlant stratégie marketing et gestion des ressources humaines.



Business Case

“ Nous sommes heureux de collaborer depuis déjà 12 ans avec SKEMA Conseil. Au fil des années, nous avons bâti une belle relation de confiance afin de collaborer et d'évoluer ensemble. ”



CLAYRTON'S est le leader français de l'emballage floral et festif depuis 1968.

L'entreprise nous a sollicité en 2022 pour recueillir les **témoignages et avis des employés de l'entreprise afin de bénéficier d'un retour d'expérience** sur le plan de digitalisation de l'entreprise mis en place depuis 3 ans. L'objectif premier a été de recueillir les **forces et faiblesses** des avancées de leur plan « DigiConnect » pour prévoir la continuité de la démarche.

SKEMA Conseil est intervenu en administrant des questionnaires élaborés en collaboration avec Clayrton's et destiné au collaborateur de l'entreprise.

Celui-ci a permis de mettre en avant les grandes tendances ainsi que de se rapprocher des membres de l'entreprise directement touchés par les changements apportés. Les résultats ont permis notamment à Clayrton's d'intégrer à leur réflexion les avis et propositions de l'ensemble de leurs équipes en faisant clairement l'état des opportunités mais aussi des risques amenés par ces changements.



RSE

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969



**SKEMA
CONSEIL**



Plan d'action

La réalisation du plan d'action est la première phase du plan d'action RSE. Le plan d'action permet de faire le point sur les projets mis en place au sein de la structure, d'émettre des propositions de nouveaux projets et d'évaluer la pertinence de ces derniers.

Identification des projets

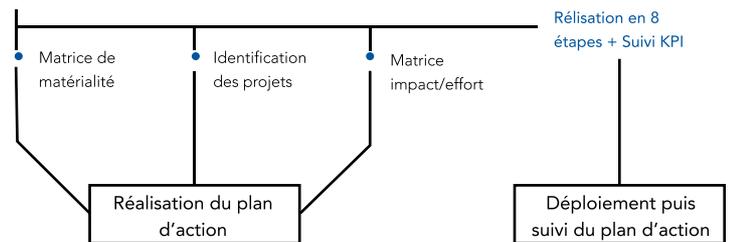
Pour mettre en place un plan d'action, toute entreprise doit identifier les enjeux sur lesquels bâtir sa stratégie. Pour ce faire, l'entreprise est amenée à comprendre les intérêts de chacune de ses parties prenantes. L'outil le plus efficace pour prioriser leurs intérêts est la matrice de matérialité. Il s'agit d'un outil d'identification et de hiérarchisation des enjeux respectifs de l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise. Une fois réalisée, l'entreprise pourra établir les projets qui découlent de ces enjeux.

Matrice de matérialité

La matrice de matérialité fait émerger les principaux enjeux de la stratégie RSE. L'étape suivante est dès lors l'identification et l'élaboration de projets à partir de ces enjeux. En d'autres termes, cette étape consiste à faire émerger des projets qui découlent des enjeux classés comme prioritaires par la matrice de matérialité. Ces projets doivent être en corrélation avec les 7 principes de la norme ISO 26 000 ainsi qu'avec les 17 objectifs du développement durable.

Matrice Impact/Effort

La troisième et dernière étape de la réalisation du plan d'action consiste à prioriser les projets et à l'illustrer au travers d'une matrice impact/effort. Pour cela, il faut comparer le coût, ou l'effort, nécessaire à la réalisation d'un tel projet, avec le bénéfice, ou le gain, engendré par la mise en place de ce projet. Ainsi, les projets sont catégorisés en fonction de ce qu'ils demandent et rapportent, ce qui permet de les hiérarchiser. Les projets les plus pertinents seront détaillés de manière précise pour que l'entreprise puisse les mettre en place lors de la phase de déploiement du plan d'action.



Objectifs

Créer un sentiment d'urgence : favoriser l'ancrage RSE en entreprise par des conférences, fresques du climat et bilan carbone, motivant les collaborateurs à mettre en place le plan d'action ;

Former les équipes : SKEMA Conseil forme des équipes en réalisant des entretiens semi-directifs et identifie cinq profils types pour classer les personnes en moteurs ou suiveurs du changement ;

Développer une vision: créer une émulation collective et élaborer un modèle incitatif avec les dirigeants et les RH pour orienter les objectifs à court et moyen terme de l'entreprise ;

L'entreprise poursuit le déploiement du plan d'action en suivant quatre étapes, réajustant la stratégie jusqu'à l'atteinte des objectifs, basée sur l'analyse des premiers résultats. Un rapport final détaillera ces étapes :

1. Partager la vision
2. Inciter les équipes et les parties prenantes à l'action
3. Démontrer des résultats sur le court terme
4. Bâtir de nouvelles actions sur les premiers résultats
5. Ancrer les nouvelles pratiques.





KIABI

la mode à petits prix

Créée en 1978, **KIABI est une entreprise de prêt-à-porter**, qui propose des vêtements pour toute la famille, à petits prix. Le groupe s'internationalise en 2000 et est désormais présent dans 23 pays avec plus de 560 magasins. KIABI réalise un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros en 2022 notamment grâce à son engagement RSE. En effet, **la société s'est fixé comme objectif de mettre en place une production durable en 2030** et s'est positionné sur le secteur de la seconde main et de la mode inclusive.

Le pôle logistique de l'entreprise a pris un nouveau virage en améliorant son impact environnemental et en réduisant l'empreinte carbone des livraisons. Cependant, le Baromètre E-commerce durable réalisé par la société Converteo a mis en évidence les difficultés rencontrées par KIABI quant au fait de communiquer sur sa logistique et ses livraisons éco-responsables.

C'est dans ce contexte que l'entreprise a fait appel à SKEMA Conseil. L'objectif de l'étude était de réaliser un état des lieux du marché et de comprendre comment s'organise la communication des concurrents directs et indirects de KIABI, quand il s'agit d'émissions carbone. **Cette étude visait ainsi à intégrer les engagements RSE de KIABI dans la communication externe de l'entreprise.**

Grâce à sa connaissance du marché et des enjeux économiques autour de la RSE, SKEMA Conseil a pu orienter KIABI pour que le groupe atteigne ses objectifs. Le pôle logistique du groupe est désormais en mesure de mettre efficacement en avant ses **livraisons à faible empreinte carbone pour améliorer les ventes tout en bénéficiant d'une stratégie neuve et innovante.** Cette stratégie RSE s'est **construite en collaboration avec KIABI afin de répondre entièrement aux problématiques de l'entreprise.**

La prestation

Brainstorming avec le client pour comprendre les enjeux RSE de l'entreprise

Mise en place et réalisation des méthodologies d'accompagnement

Analyse et synthèse des données de l'étude

Définition d'une stratégie RSE avec le client

Mesure de tous les indicateurs pour approfondir la stratégie RSE

Mise en place de la stratégie RSE et application des recommandations

ILS NOUS ONT FAIT CONFIANCE



ALORS POURQUOI PAS VOUS !

CONTACT

Lille : 157 Avenue Willy Brandt, Euralille, 59777 Lille

Paris : 5 Quai Marcel Dassault, 92150 Suresnes

Nice : 60 rue Fédor Dostoïevski, 06902 Sophia Antipolis

Raleigh : 920 Main Campus Dr, Raleigh, NC 27606, États-Unis

Lille



Lilas Escousse
+33 7 68 02 77 85

Paris



Giulio Cordier
+33 6 70 30 41 99

Nice



Maëlys Le Nohaïc
+33 6 72 97 92 56

Raleigh



Roxane Lambert
+33 7 85 56 06 36



[skema_conseil_groupe](#)



[SKEMA Conseil](#)



info@skemaconseil.fr



groupeskemaconseil.com

Votre devis gratuit par téléphone, mail
ou sur notre site internet



SKEMA CONSEIL

**“Notre exigence au
service de votre projet”**

Le réflexe Junior-Entreprise
depuis 1969
