



STAGE EN ALTERNANCE IBPM – 2010

International Bachelor Programme in Management

Le document qui suit vous donne un aperçu indicatif des orientations et missions de stages qui peuvent être confiés aux étudiants IBPM.

1) DEVELOPPEMENT DES VENTES/MARKETING

- Marketing
 - Assistant chef de produit*
 - Promotion des Ventes – Trade marketing*
 - Prévision des ventes*
 - Etudes*
- Communication
- E-business
- Distribution
- Commercial
- Commerce international

2) ADMINISTRATION DES VENTES/LOGISTIQUE/ACHATS

Achat/Suivi commandes clients/fournisseurs
Supply chain
Administration des ventes

3) BANQUE/FINANCE

Comptabilité
Assistant contrôleur de gestion
Banque > voir spécialisation VENTES/ MARKETING



1) DEVELOPPEMENT DES VENTES/MAKETING

MARKETING

Assistant chef de produit

- Participer aux actions marketing d'identification des cibles et des besoins : définition du profil détaillé, établissement de benchmark concurrents, réalisation d'études, suivi des tableaux de bord mensuels et analyse des données.
- Réaliser des études de marché, analyser les ventes et rédiger les synthèses.
- Rédiger des argumentaires de vente et des supports commerciaux.
- Analyser le marché
- Participer au développement des produits, à la conception et préparation des supports d'aide à la vente et à la communication produit (diaporamas, plaquette de vente...)
- Assister administrativement le responsable marketing pour la réalisation des projets (préparation et compte-rendu des réunions commerciales...)
- Aider à la mise à jour des fiches techniques des produits commercialisés, création d'une base de données prospects
- Réaliser des synthèses et de statistiques en relation avec les promotions en cours
- Participer au suivi commercial : envoi de catalogues, newsletters, courriers (publipostages)
- Préparer des outils de communication à destination des commerciaux et des distributeurs
- Maintenir une veille concurrentielle.

Promotion des ventes –Trade marketing

- Participer à l'élaboration et au déploiement des promotions en relation avec les équipes de vente, à la fabrication des supports de PLV (Publicité sur Lieu de Vente), recherche de fournisseurs...
- Elaborer des mailings vers les clients en relation avec les équipes marketing produits
- Mettre à jour les outils d'aide à la vente
- Coordonner la distribution des posters, des flyers et des brochures
- Gérer la communication entre le département marketing et les entreprises partenaires

Prévision des ventes

- Garantir le respect des engagements pris vis-à-vis des clients par les équipes commerciales et le marketing
- Améliorer les prévisions des ventes en fluidifiant la communication entre tous les services et en utilisant mieux l'outil en place pour les suivre
- Participer à l'ensemble des actions dans les activités quotidiennes (préparation des réunions marketing/vente, optimisation des outils de planning, analyse des écarts vente/approvisionnement, comparaison selling in/out, parts de marché...)
- Prendre en charge certaines analyses et études ponctuelles en collaboration avec les Chefs de produits et/ou les Directeurs de Clientèle selon les demandes nationales et internationale (étudiants trilingues anglais + allemand/italien/espagnol)

Études

- Assister l'animateur lors des réunions de consommateurs (prise de notes, enregistrement...), analyse de contenu et aide à la réalisation des dossiers.
- Participer sur toutes les phases des études en cours : élaboration du questionnaire, suivi de la réalisation de l'étude sur le terrain, vérification, mise en forme et interprétation des résultats (sous Excel), rédaction des synthèses et participation à l'élaboration des recommandations marketing





STAGE EN ALTERNANCE IBPM – 2010

International Bachelor Programme in Management

COMMUNICATION

Chargé de communication/ événementiel

- Aider à la gestion et au suivi des relations presse liées à des événements
- Participer à l'ensemble des opérations de communication courantes
- Gérer les plannings des manifestations et la logistique
- Mettre à jour les sites Internet et Intranet
- Suivre le client en assistance (marketing opérationnel, suivi des ventes, des projets et des échanges clients)
- Participer à l'organisation de séminaires, conférences, salons, animations dans les points de vente
- Participer à la préparation des réunions et présentation des gammes produits
- Mettre à jour les supports de communication (VPC et promotions)
- Actualiser les bases de données (fiches articles, tarifications clients...)
- Rechercher des partenariats

E BUSINESS

E- marketer/ assistant chef de projet

- Assurer l'interface entre développeurs et web marketers afin d'obtenir les informations produits et les outils d'aide à la vente
- Aider à la gestion de la relation avec les développeurs externes
- Créer les contenus et les outils d'aide à la vente pour le service Web (fiches produits...)
- Assurer le reporting et l'analyse des ventes en vue de préconisations sur la stratégie produit.
- Rédaction / traduction de sites (anglais, allemand, italien, espagnol...)
- Rédiger des contenus (blog...)
- Participer à la réalisation des actions de promotion et de référencement du site web et du blog : publications dans les annuaires, forums, sites éditoriaux et réseaux sociaux notamment
- Aide au développement du site Internet : actualisation mensuelle des pages, création de pages...

DISTRIBUTION

Merchandising, chef de rayon

- Gestion du back-office
- Mise en avant des produits, gestions des stocks, suivi du SAV client, des indicateurs de performances
- Aider à la réalisation de dossiers et plans merchandising (collaborer avec les category managers et comptes-clés...)
- Analyser l'offre produits, l'évolution des marques dans les rayons...
- Participer à l'ordonnancement des Articles/ Familles/Rayons/ Départements
- Assister le chef de rayon dans la préparation, l'implantation, le suivi des opérations commerciales, la mise en place des catalogues
- Etudier la concurrence (visite, catalogue)
- Suivre et analyser le chiffre d'affaires





STAGE EN ALTERNANCE IBPM – 2010

International Bachelor Programme in Management

COMMERCIAL

Vente/ administration des ventes

- Participer à la définition et la mise en place un plan de prospection
- Assurer la commercialisation des produits sur les différents canaux de distribution (prise en charge de portefeuille clients / secteurs)
- Réaliser la veille concurrentielle
- Participer à la conception des animations commerciales, des outils d'aide à la vente, aux opérations de phoning, de la conception des offres commerciales
- Effectuer des opérations de phoning, prospection, qualification, de vente et de suivi de la clientèle
- Créer un fichier clients et prospects
- Gérer des campagnes de mailing pour relances, des actions commerciales et reportings des campagnes menées,
- Analyser les résultats
- Créer des supports commerciaux, des tableaux de bord...

COMMERCE INTERNATIONAL

Export

- Recueillir et traiter les informations permettant de préparer les opérations de vente, prospection... (habitudes de consommations, prix marché par pays...)
- Contrôler les quantités, prix et routages par marché (début de cours avant fin jan 2011) et s'assurer du bon déroulement de l'expédition
- Renforcer les commerciaux sur la vente, la prise de commandes
- Prospecter des clientèles internationales





2) ADMINISTRATION DES VENTES/LOGISTIQUE/ACHAT

Achat/suivi commandes clients/fournisseurs

- Gestion documentaire (accusés de réception de commande fax / mail)
- Enregistrement des commandes
- Transmission des documents de ventes aux clients (confirmation de la commande, bon de livraison)
- Vérification des produits en stock (relation avec le site de production, sociétés de stockage)
- Suivi des réceptions au niveau national / conformité des cahiers de charge
- Consultations fournisseurs (projets en phase d'appels d'offre client ou en exécution)
- Analyse des offres et négociation (selon l'élève – voir ci-dessous)
- Actions de sourcing ou contractualisation sur des dossiers achats (Matières premières ou produits ou services)
- Possibilité de négociation en fonction du profil stagiaire et dossier travaillé

Supply chain

- Aide et soutien à la mise en place de la stratégie de stocks définie selon les contraintes internes et les besoins des clients.
- Aide à l'optimisation interne et l'amélioration service client.
- Soutien par la gestion de données

Administration des ventes

- Aide au bon déroulement du traitement des commandes
- Être l'interface entre les différentes unités de production et le service commercial
- S'assurer de la bonne logistique et des livraisons chez les clients
- Gérer la facturation des produits.
- Réalisation partielle ou total des tableaux de bord et les analyses nécessaires au suivi des ventes
- Suivi des documents administratifs
- Suivi des outils de reporting
- Consolidation des tableaux de bord (siège et filiales.)
- Relance des paiements
- Suivi de la correspondance avec les fournisseurs





3) BANQUE & FINANCE

Comptabilité

- Gestion de la comptabilité fournisseurs et clients (de la saisie au règlement)
- Validation et enregistrement des commandes
- Facturation, enregistrement, encaissement et relances des factures impayées
- Remise de chèques
- Mise en place d'une base Access pour le suivi des engagements de dépenses, de tableaux de bord de suivi de l'activité, d'outil note de frais pour la comptabilité
- Comptabilité factures clients et fournisseurs
- Préparation des paiements fournisseurs
- Imputation des encaissements et des décaissements,
- Rapprochement bancaire
- Support à l'analyse des comptes généraux
- Support sur diverses tâches administratives
- Participer aux tâches récurrentes du contrôle de gestion
- Suivi et relance des impayés clients.

Assistant contrôleur de gestion

- Prévision :
 - participation à l'élaboration des budgets prévisionnels et vérification de leur comptabilité
- Recueil, suivi et contrôle de l'information :
 - collecte des informations auprès des opérationnels ou des sites (dépenses, investissements, stocks...);
 - inscription des informations dans des tableaux de bord ;
 - participation à la consolidation des résultats ;
 - participation à élaboration du reporting mensuel ;
 - participation à la préparation des synthèses ;
 - participation à différentes études ponctuelles (études de rentabilité, études d'organisation, études sur les coûts, les ratios...);
 - mise à jour des outils de suivi et de reporting (base de données)

Banque : voir aussi spécialisation SALES & MARKETING

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter

Frédéric Dansette, Directeur des Relations Entreprises

02.99.33.48.46

frederic.dansette@esc-rennes.fr

ESC Rennes School of Business

2 Rue Robert d'Arbrissel CS 76522

35065 RENNES CEDEX

