



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

