

Projet Professionnel

Introduction :

Ce rapport illustre mon projet professionnel et donc ma vision de mon futur emploi. Je suis actuellement étudiant en Licence 3 de l'Université Lyon III, en formation de Gestion et Economie. Pour l'instant mes idées sont encore vagues et rêveuses et je souhaite les préciser et réaliser mes rêves. Pour moi le secteur de la finance est un domaine où je m'épanouis totalement dans ma quête de connaissance et d'évolution.

Dans un premier temps je fais un inventaire de mes qualités et de mes défauts ce qui m'a permis de mieux cerner mes attentes et mes prédispositions à un emploi. Ensuite, j'ai rédigé un bilan des mes connaissances que j'ai acquises au cours de mes différents projets. J'ai ensuite sélectionné quelques formations possibles pour l'année prochaine. Puis, j'ai ajouté différentes études parues sur Internet afin de connaître l'impact de la crise financière sur le marketing. Enfin je vous présente mon projet professionnel, les orientations que j'aimerais prendre, pourquoi ces orientations me semblent pertinentes face à l'évolution du secteur de finance, ainsi que mes motivations à occuper les postes sélectionnés.

I - Mes qualités - mes défauts

1 - Mes qualités

a - Une bonne faculté d'adaptation

Lors de mon cursus au Viet Nam et aussi en France, et pendant mes différents jobs d'été, j'ai remarqué que mon adaptation au sein de mon environnement de travail était plutôt rapide.

b - Un talent de persuasion et un sens aigu de la communication

En ce qui concerne mes projets en groupe je me considère comme un élément moteur du travail (le chef du projet de recherche à L'Ecole supérieur de commerce et le chef du groupe d'animateur à la société VN-Games). J'arrive facilement à faire comprendre mes idées aux autres et à les persuader de la cohérence de mes opinions.

D'autre part, les contacts avec des personnes me permettent de retirer une énergie positive pour mon travail. J'ai besoin de connaître l'avis de mon entourage (professionnel ou personnel) sur mon travail afin de le confronter à la réalité et de pouvoir améliorer son utilité.

c- Une énergie exceptionnelle

Tant que le travail m'intéresse et me donne des possibilités de m'exprimer, l'énergie que j'investis dans la tâche qui m'est confiée est quasi inépuisable. Les heures défilent et je ne m'arrête qu'une fois que mon objectif est atteint.

2 - Mes défauts

a - Une tendance à ne pas savoir s'organiser dans le temps

J'ai des difficultés dans la répartition des tâches dans le temps. Je n'arrive jamais à m'avancer dans le travail à effectuer et je travail souvent à la dernière minute. Je préfère travailler par large tranche horaire au dernier moment plutôt que de travailler un petit peu sur une longue période.

b - Un petit côté désordonné

Lorsque je travail mon espace de travail subit totalement le bouillonnement de mon cerveau. Personnellement cela ne me dérange pas trop car je sais plus ou moins où se trouve tel document ou alors où est tel fichier sur mon disque dur. Cependant je reconnais qu'un espace de travail organisé me permettrait de gagner du temps.

II - Mon parcours universitaire

Dans cette partie je vous présente une partie des projets que j'ai réalisés pendant mon cursus d'études. Le but de cette partie est d'illustrer comment j'ai acquis mes connaissances en marketing et dans quel contexte je les ai utilisées.

A – Licence Gestion des entreprises

Obtenir mon Bac avec mention très bien, heureux de ce succès mais sans projet concret, je voulais m'orienter vers des études de commerce, qui sont en relation avec la tendance actuelle. En effet, j'ai passé le concours d'entrée à l'Ecole Supérieure de commerce avec le bon résultat. En ce moment, je rêvais de devenir un directeur de ma propre entreprise. Donc, je me suis inscrit en formation de gestion des entreprises.

Tous au long des deux ans en faculté de Gestion des entreprises, mes études portaient sur l'impact de l'activité de gestion de contrôle des dirigeants sur le fonctionnement des organes de l'entreprise. J'ai donc découvert de nombreuses matières tels que : théorie de comptabilité, théorie de management, économie d'entreprise commercial, gestion générale, ... et marketing général. Cette dernière m'a attiré le plus lorsque j'ai fait une recherche sur le projet de commerce local et mondialisation. Dans ma recherche, j'ai abordé l'importance du marketing des produits locaux dans la période de mondialisation et j'ai bien me rendu compte de son indispensabilité.

Enfin, à la seconde année, j'ai eu une occasion pour pratiquer ce que j'avais appris dans la société Vn-Games au Viet Nam. C'est une société de responsabilité limitée, qui distribue des jeux « en ligne ». Je suis nommé le chef d'un groupe d'animation de dix membres. C'était bien un travail en combinant la gestion et le marketing. Mes activités étions de diviser les tâches et contrôler leur procédure, à fin de faire connaître les nouveaux produits de la société. Pendant mon travail à Vn-Games, j'ai contacté avec le chef de projet marketing, qui m'a donné des conseils pour mes études et mon futur travail. Naturellement, je suis orienté vers le domaine de marketing.

B – Licence Gestion et Economie appliqué

Lorsque mon entrée à l'Ecole supérieur de commerce (ESC) au Viet Nam, j'étais dans la classe qui était dans la convention entre l'ESC et l'Université Lyon III en France. Je n'ai commencé à apprendre le français qu'au début de la première année. A la fin de la seconde année, j'ai validé mes bonnes notes et réussi le TCF (Test de connaissance du français). Dans le cadre de la convention, j'ai eu le droit d'aller en France pour continuer mon cursus d'études en Licence 3.

Je suis actuellement étudiant de l'IAE de Lyon III, en formation de Gestion et Economie appliquées. Cette licence a pour objectif de débiter la formation de cadres. Dans cette formation qui combine les approches théoriques et méthodologiques, les enseignements portent principalement sur les bases de l'analyse économique, sur les principes essentiels de la gestion et sur les mathématiques et statistiques appliquées. Dans environs six mois, je vais obtenir ma licence et en validant mes notes, je poursuivrai le Master à l'Université Lyon III.

J'ai hésité entre le Master des Ressources Humaines et le Master Marketing et commerce car se sont deux domaines d'activité que j'apprécie les plus. Enfin, j'ai bien pris ma décision. Je vais poursuivre Le Master du Marketing dans celle-ci j'ai reçu quand même une expérience professionnel.

C – Master Marketing et Commerce

Le Master Marketing et Commerce a pour objectif de former des spécialistes de la relation client autour des métiers du marketing et de la vente, capables de travailler en environnement B to B (Business to Business) ou B to C (Business to Customer). Les stages et les interventions des professionnels dans les différents séminaires garantissent une forte professionnalisation du diplôme.

Pendant deux ans en Master, je vais approfondir mes connaissances dans le domaine de marketing.

La première année de Master me dispensera de solides connaissances en marketing fondamental ainsi qu'au niveau des techniques de vente et de négociation. Elle aborde également la question des marketings dits « spécifiques » et plus particulièrement: le marketing B to B (Business to Business), le marketing des services et le marketing territorial.

La deuxième année est organisée en 4 séquences : 3 séquences de cours et 1 séquence de stage. Concernant la deuxième année, j'aurai la possibilité de choisir l'un des 4 programmes proposés permettant de travailler :

- Au sein d'entreprises de services avec le programme « Marketing et communication des services »
- En milieu B to B avec le programme « Marketing et Vente en B to B »

- En milieu B to C avec le programme «Vente et Commercialisation de Produits de Grande Consommation »
- En milieu territorial avec le programme « Marketing Management Territorial »

De nos jours, sous l'impact de la crise financière et de la mondialisation, la relation entre les entreprises est devenue plus en plus importante. Les entreprises qui commercialisent leur offre à d'autres entreprises ont intégré les enjeux de la démarche marketing à leur domaine d'activité. Or, les études montrent que le marketing en B to B nécessite l'acquisition de connaissances et de techniques spécifiques à ce type de relation.

Donc, parmi les quatre programmes, je voudrais approfondir mes études dans le programme de **Master 2 Marketing et Vente en B to B** qui va me permettre de faire une approche empirique et professionnelle permettant :

- de concevoir et de mettre en marché de nouvelles offres de produits ou de services en B to B,
- d'identifier et d'être capable de développer des synergies nouvelles entre la vente et le marketing,
- d'adopter une réflexion marketing et stratégique indispensable à l'évolution de mon futur métier.

D – Stage Assistant de marketing

A fin de valider mon master et d'acquérir l'expérience professionnelle, j'ai cherché un stage dans le domaine de marketing. J'ai demandé le stage de l'entreprise Intervalles pour le poste d'assistant marketing. Intervalles est une agence de promotion hors média spécialisée dans le street marketing (animations, distribution d'échantillons, de tracts, de presse gratuite...). Elle intervient auprès des grandes marques du marché comme Danone, L'oréal, Hansaplast, Le Figaro, Direct Soir, Diesel, Fun Radio, Chupa Chups, Coca Cola, Dove, Rexona, Orange France Telecom, Aeroports Toulouse Blagnac, Salon Toursime, Numericable, Pressings et petits commerces...et assurons leur représentation en milieu urbain.

Cet entreprise me permettrait ainsi de mieux connaître le domaine du marketing et notamment la publicité, un aspect important de marketing.

Mon enthousiasme et mes qualifications me permettent d'amener une équipe à développer des idées originales et pertinentes pour le lancement de campagnes de marketing. Ma dernière expérience dans le poste d'assistant de marketing des campagnes publicitaires de la société VN-Games et mon cursus scolaire m'ont permis d'évoluer dans ce sens.

Ce serait donc avec plaisir que je ferai la démarche de m'intégrer à l'équipe de Intervalles afin de mettre mon savoir-faire en interaction avec le personnel déjà en place. De côté, je suis sûr que je vais bien recevoir des bonnes expériences pour approfondir mes études professionnelles et pour mon futur métier.

III - Mon projet professionnel

A - L'impact de la crise financière sur le marketing

Alors qu'à Toronto, indice S&P/TSX est en baisse de 30 % depuis le début de 2008, à New York le Dow-Jones est lui aussi en baisse de plus de 30 % depuis le début de l'année. On peut se demander quel sera l'impact de la crise sur les budgets marketing.

A mon avis, en temps de crise, le marketing est plus important que pendant les périodes de boom économique. Dans ces périodes, les postes budgétaires communication sont sabrés. Les consommateurs changeront leur achat vers les magasins moins chers. Il faut donc être, dans ce domaine, "plus rationnel" et "plus efficace". Il faut aussi réduire des coûts sans mettre en danger le devenir moyen et long terme de la marque. E-marketing (marketing internet) apparaît comme un outil de développement pertinent et est l'un des rares moyens de communication permettant un calcul précis du retour sur investissement. C'est pour cette raison que les entreprises vont répartir leur budget de marketing plus tôt que le diminuer, plus pour e-marketing (marketing internet) et moins pour le marketing traditionnel.

En effet, selon une étude de l'Electronic Business Group (EBG), réalisé à partir de données transmises par 74 entreprises, 81% des annonceurs (représentant 63 millions d'achats publicitaires sur le web) estiment que leur budget marketing internet va augmenter en 2009. En moyenne, la hausse serait de 63%. "Cette progression vient notamment d'une poursuite des transferts de budgets vers internet, en provenance d'autres médias", souligne EBG qui regroupe plus de 500 sociétés internationales des services, des médias, des télécommunications et des systèmes d'information.

Je terminerai sur une constatation simple et sans aucune autre valeur que ma perception des choses : De plus en plus Internet et Marketing sont indissociables.

Dans mon cursus d'études, j'ai appris à utiliser des bureau-logiciels, des logiciels graphiques, j'ai fait aussi l'approche de la gestion de réseau local et de réseau internet qui donc me permettent de réaliser mon travail dans le domaine de marketing traditionnel et internet.

B - L'entreprise

Pour mon futur travail, j'aimerais retourner au VietNam, mon pays natal et travailler dans une entreprise franco-vietnam pour bien profiter mes connaissances. Ma vision de l'entreprise idéale diffère selon si l'entreprise est une société de service de publicité ou bien une société dont les activités ne sont pas en lien directement avec la publicité.

Dans le premier cas, j'aimerais travailler dans une entreprise à taille humaine (maximum 20 personnes), où les rôles et les responsabilités de chacun sont bien définis. L'avantage que représente une petite structure est que chacun a une brique à apporter au savoir faire globale de l'entreprise.

Dans le second cas, j'aimerais que l'activité principale de l'entreprise m'intéresse et m'apporte de nouvelles connaissances sur ce secteur (par exemple le secteur de la télécommunication). Dans ce cas précis la taille globale de l'entreprise ne me préoccupe pas tant qu'elle est suffisamment importante pour permettre à l'entreprise de m'offrir une certaine sécurité d'emploi.

C – Les différents postes

Cette partie regroupe les fiches métiers des emplois qui m'intéressent et mes motivations.

1 – Chef de produit

Le chef de produit est responsable du développement d'un produit ou d'une gamme de produits, depuis sa conception jusqu'à sa commercialisation. Il doit l'adapter en permanence à l'évolution et aux opportunités du marché.

Ce qui me plaît dans le poste de chef de produit est surtout la polyvalence des tâches qu'offre ce métier. En effet, loin d'être monotone, les activités sont nombreuses : de la conception du produit, de l'étude des nouveautés et de la concurrence jusqu'au lancement du produit et son suivi sur le marché.

De plus, le chef de produit est en relation avec les différents services de l'entreprise et notamment la force de vente. Les relations humaines sont donc privilégiées et importantes pour la croissance de l'entreprise et surtout très enrichissantes personnellement.

2 – Chef de projet marketing

Le chef de projet est la personne chargée de mener un projet et de contrôler son bon déroulement. De manière générale, il dirige une équipe de manière permanente, ou bien à temps partagé entre divers projets. Ce rôle fait appel à des compétences de gestion de projet, de bonnes capacités relationnelles, ainsi que des connaissances techniques dans les domaines concernés

La disponibilité et la patience du chef de projet marketing que j'ai rencontré au cours de mon travail à la société Vn-Games m'ont toujours impressionnée. Les relations avec les autres employés de la société et la pédagogie occupent une place primordiale dans ce poste.

Ces aspects m'intéressent car je pense avoir de bonne qualité dans ces secteurs des relations humaines. De plus, après mes cinq années d'études dans le domaine de gestion et puis marketing, j'acquerrai des connaissances solides de la gestion des ressources humaines, du contrôle de projets et du marketing qui font bien correspondre à ce poste.

Ces deux postes m'intéressent par leurs aspects créatif et relationnelle. L'aspect créatif dans le poste de chef de projet marketing est plus marqué car sa fonction principale est la création d'application. Ce poste quand à lui me paraît plus relationnelle et dépendant du travail des autres membres de l'équipe.

Conclusion :

J'ai beaucoup appris sur moi au cours de l'élaboration de ce rapport notamment lors de l'inventaire de mes qualités et de mes défauts, qui a nécessité une réflexion sur moi-même assez importante. Ensuite j'ai pris du plaisir à redécouvrir tous les projets auxquels j'avais participé, ce qui m'a permis de faire un bilan sur mes connaissances et de me rendre compte que la plupart de mes projets sont loin d'être des applications distribuables.

La découverte de la crise financière m'a plutôt effrayé même si les dernières prévisions sont assez optimistes.

Enfin, à la relecture de mon projet professionnel je me suis rendu compte que j'idéalisais beaucoup mon futur emploi mais que tous ces rêves ne passeraient certainement jamais au stade de réalités. Toutefois, mon optimisme d'étudiant continu toujours au fond de moi à me faire penser le contraire.