

PLA- QUETTE COMMER- CIALE

JUNIOR COMMUNICATION

LA JUNIOR ENTREPRISE DU CELSA, SPÉCIALISTE EN EXPÉRIENCE DE MARQUE

Fondée en juin 1986, Junior Communication met au service des entreprises et des institutions les compétences acquises au CELSA, grande école de communication de l'université Paris-Sorbonne.

Junior Communication porte un regard contemporain et transversal sur la communication, le marketing et les ressources humaines. Nos pratiques s'enrichissent des travaux du laboratoire de recherche du CELSA, le GRIPIC (Groupe de Recherche Interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication) et de la veille menée par la Chaire CELSA pour l'Innovation.

Junior Communication, c'est une équipe de 22 personnes audacieuses et créatives.



DYNAMISME

INNOVATION

AUDACE

CRÉATIVITÉ



JUNIOR COMMUNICATION EN CHIFFRES



3 labels
Communication
(1997 / 2011 /
2015)



1 label
d'Excellence
(1997)



6 chefs
de projet



Plus de 500
étudiants en
formation
initiale



30 ans
d'existence

NOTRE SAVOIR-FAIRE

ENSEIGNEMENTS & OUTILS

LES ENSEIGNEMENTS DU CELSA:

« S'imprégner de la recherche pour vous apporter des solutions innovantes »

Linguistique
Sémiologie
Ethnologie
Sociologie
Psychosociologie
Sciences de l'information et de la communication

NOS OUTILS PRATIQUES

Plateforme de marque // Étude de marché // Recommandations stratégiques // Benchmark // SWOT // Étude/analyse de produit // Analyse architecture commerciale // Charte éditoriale // Études qualitatives // Focus groups // Merchandising // Employee Relationship Management // Customer Relationship Management // Plan média // E-reputation // Stratégie de communication digitale // Verbatim // Charte éditoriale // Études quantitatives // Signature de marque // Veille

ILS NOUS ON FAIT CONFIANCE



LA MARQUE

DÉFINIR SON IDENTITÉ POUR MIEUX S’AFFIRMER

QUI ÊTES VOUS ?

Construisez votre identité

- > Création d’une plateforme de marque afin de déterminer la vision, le positionnement, la promesse, la valeur et le style de l’entreprise
- > Audit des supports et contenus de communication externe
- > Analyse de l’identité graphique
- > Étude de la communication concurrente
- > Recommandations stratégiques



COMMENT ÊTES-VOUS PERÇU ?

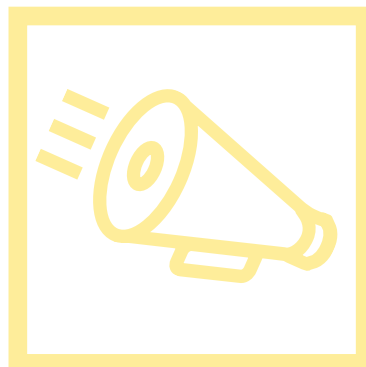
Évaluez l’impact réel de votre communication

- > Étude de notoriété
- > Analyse de l’e-réputation
- > Questionnaires de satisfaction client
- > Analyse de la fidélisation client

COMMENT SOUHAITERIEZ-VOUS ÊTRE PERÇU ?

Réajustez votre message

- > Recommandations sur le discours de communication (ton, éléments de langage...)
- > Rédaction de contenus tout support
- > Création de messages publicitaires



LA MARQUE EMPLOYEUR

BIEN COMMUNIQUER AVEC SES PUBLICS INTERNES, C'EST CRÉER UNE DYNAMIQUE DE PROGRÈS



QUEL EMPLOYEUR ÊTES-VOUS?

Faites un point sur l'image "employeur" de votre marque

- > Analyse de la marque employeur actuelle et de sa communication
- > Recommandations stratégiques pour mieux se positionner et communiquer

VOTRE DISCOURS EST-IL POLYVALENT?

Construisez un discours adapté à chacun

La marque employeur et les salariés :

- > Étude qualitative de la relation entre les salariés et l'entreprise
- > Enquête de satisfaction de la communication interne
- > Amélioration des supports de communication interne
- > Recommandations managériales

La marque employeur et les nouveaux entrants

- > Analyse des processus d'intégration
- > Mise en place d'outils de suivi

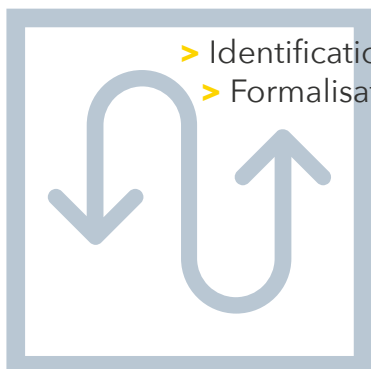
La marque employeur et les futurs candidats

- > Recommandations sur le discours de présentation de la marque
- > Amélioration des annonces de recrutement
- > Analyse du processus de recrutement et recommandations



QUEL MESSAGE POUR FÉDÉRER AUTOUR DU CHANGEMENT?

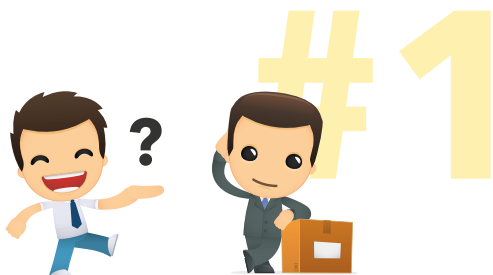
Rassemblez vos collaborateurs autour d'une vision commune



- > Audit de l'appropriation des objectifs par les publics concernés
- > Identification d'un référentiel commun pour assurer la conduite du changement
- > Formalisation d'un plan de communication pour accompagner le changement

DÉROULEMENT DE L'ÉTUDE

EN QUATRE ÉTAPES



PRISE DE CONTACT

Le chef de projet vous rencontre afin de définir votre problématique. Suite à ce rendez-vous vous sera envoyé un devis.



PROPOSITION COMMERCIALE

Présentation détaillée des conditions de réalisation de la mission. Après accord, signature d'une convention.



RÉALISATION DE L'ÉTUDE

Mise en œuvre du cahier des charges défini en amont.



PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Remise des livrables.

NOS ATOUTS

- > Nos Responsables RH sélectionnent les meilleurs profils parmi les étudiants du CELSA afin de vous assurer un livrable de qualité.
- > Nos Responsables Commerciaux s'assurent de la bonne exécution du cahier des charges.
- > Notre Pôle Qualité vérifie les livrables tout au long de l'étude.

Contact



contact@junior-communication.com



www.junior-communication.com