



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université des Frères Mentouri Constantine 1

INSTITUT DES SCIENCES ET DES TECHNIQUES APPLIQUEES

جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 1

معهد العلوم والتقنيات التطبيقية

Productique Mécanique et Industrialisation

Compte-Rendu

PPP2 - Projet Personnel

Professionnel : Mieux connaître les entreprises et les produits

Réaliser par

❖

Diriger par : Dr. MAKHLOUFI Fateh

Année universitaire 2019-2020

Table des matières

Présentation personnelle

Se présenter (mon état civil)

Mes diplômes et attestations

Mes motivations professionnelles

Partie 01 : Mieux connaître les produits

Sur Internet.

Sur support papier.

Dans les entreprises.

Partie 02 : Mieux connaître les entreprises

Comment mieux connaître les entreprises ?

Questionnaire découverte d'une entreprise.

Annexe

Curriculum vitae (CV)

Demande de stage

Présentation personnelle

A la suite de l'obtention de mon baccalauréat (cité la filière), je me suis dirigée vers l'Institut des Sciences et des Techniques Appliquées (ISTA) spécialité Productique Mécanique et Industrialisation (PMI) à l'Université des Frères Mentouri Constantine 1, car celle-ci correspondait plus ou moins à la (cité les raisons pour les quel vous avez choisi l'ISTA).

De plus, l'ISTA c'est un institut qui transmet aux étudiants les bases nécessaires pour entrer dans la vie professionnel. La spécialité PMI ma (cité les raisons pour les quel vous avez choisi la spécialité PMI).

Se présenter

Je m'appelle née le (..... ans) à, j'ai fait l'ensemble de ma scolarité à J'ai alors obtenu mon Baccalauréat spécialité on

Je suis actuellement étudiant à l'Institut des Sciences et des Techniques Appliquées (ISTA) spécialité Productique Mécanique et Industrialisation (PMI).

Mes diplômes et attestations

(si vous avez des diplômes ou des attestations mentions les ici
.....
.....
.....)

Mes motivations professionnelles

Je pourrais être attirée par des travaux de construction, de fabrication, de réparation et je préfère généralement les activités manuelles aux activités plutôt intellectuelles.

(Cité au moins deux motivations professionnelles
.....
.....
.....)

Mieux connaître les produits

Tous, nous avons quelque chose à vendre : un produit, un service, une idée ou même une œuvre d'art. La première solution à laquelle nous pensons spontanément pour faire connaître ce que nous avons à vendre à celles et ceux qui sont susceptibles de l'acheter est la publicité.

Toutefois, comme le disait très justement John Wanamaker, célèbre homme d'affaire américain considéré comme le père des grands magasins et le pionnier du marketing publicitaire : « La moitié de l'argent que j'investis en publicité ne me rapporte rien. L'ennui est que je ne sais pas de quelle moitié il s'agit.

Sur Internet

Un site vitrine Les agences Web devront particulièrement soigner leur publicité sur le Web, avec un design soigné et un plan de communication très au point. Votre site est votre porte d'entrée et votre book en ligne. Un blog Créez-vous un blog pour annoncer vos actualités et faire part de votre compétence au grand public, mais aussi à vos concurrents. Rédigez des articles qui aideront le référencement de votre site. Les réseaux sociaux Facebook et Twitter sont des moyens de vous faire connaître. Attention à ne pas confondre votre compte privé et votre compte professionnel, sur lequel la vie de votre famille n'a rien à faire !

Sur support papier

Créer un flyer Pour une agence de pub, la création d'un flyer est très importante. Il doit être réussi pour attirer le regard de vos futurs clients qui se baseront sur votre publicité pour évaluer vos compétences en matière de communication graphique. Passer des annonces Créez des encarts publicitaires que vous insérerez dans les journaux locaux ou concernant votre domaine d'activité. Privilégiez les journaux qui paraissent en couleur et faites en sorte que votre communication design soit percutante.

Dans les entreprises

Chez les commerçants Tous les commerçants ont besoin de se faire connaître, à un moment ou à un autre. Allez leur proposer vos services en tant qu'agence de communication et persuadez-les qu'ils ont besoin de vos services pour se faire connaître ou pour développer leur clientèle. Les entreprises de votre région Les agences de communication et les agences de publicité sont des partenaires des entreprises qui n'ont pas de service de communication interne, autant dire la plupart des PME, ce qui vous donne une grande marge de manœuvre. Allez les démarcher, avec ou sans rendez-vous, en n'oubliant pas d'emporter avec vous un book contenant vos précédents travaux, pour exemple. Un mailing Certains appelleront cela du spam, mais c'est un moyen comme un autre de se faire connaître. Allez sur Internet chercher des adresses mail d'entreprises (Pagespro.com par exemple), ou achetez des fichiers d'adresses pour envoyer un mailing annonçant votre activité. Le bouche-à-oreille Pour vous faire connaître, tous les moyens sont bons, y compris le bouche-à-oreille qui est le meilleur des vecteurs de clientèle !

Mieux connaître les entreprises

Comment mieux connaître les entreprises ?

Beaucoup d'efforts sont nécessaires pour développer un produit et cibler une clientèle. La mise en marche d'une entreprise demande des investissements importants qui seront rentabilisés dans un court délai si l'on sait comment faire connaître son entreprise rapidement. Il existe plusieurs moyens reconnus pour y arriver.

La brochure : C'est un document plus travaillé et plus qualitatif qu'un simple flyer, donc moins enclin à être jeté, mais plus coûteux.

La carte de visite : Outil de communication incontournable, mais qui ne sert qu'à transmettre des coordonnées. 80% des cartes de visite ont une durée de vie inférieure à 1 mois.

Les annonces dans les journaux : C'est un outil de communication très ancien, mais toujours efficace. Attention toutefois à la cible : le message doit être cohérent avec les caractéristiques et attentes des lecteurs.

La publicité dans les journaux ou les magazines : parutions, publi-rédactionnels... Pas toujours efficace, sauf si le message est répété.

La publicité radio : Efficace uniquement si le message est répété un grand nombre de fois. Un message audio est en effet plus difficile à retenir qu'un message visuel.

La publicité télé : Très coûteuse, elle doit être répétée sur plusieurs semaines pour être efficace.

La publicité au cinéma : Adaptée aux commerces de centre-ville, mais tributaire de la programmation des salles.

La publicité sur véhicule : Peu coûteuse et efficace, pour peu que le véhicule soit en bon état et que la publicité soit véritablement attrayante. Inutile si le véhicule circule peu.

L'affichage dans l'espace public : Le taux de retour est souvent limité. Pour être efficaces, les affiches doivent être nombreuses et positionnées aux bons endroits. Attention au risque de dégradation ou d'arrachage...

Questionnaire découverte d'une entreprise :

L'HISTOIRE DE L'ENTREPRISE

- Quelle est la date de sa création ?
- Quel est le nom de son fondateur ?
- Pourquoi ce lieu a-t-il été choisi ? Sur quelle idée a-t-elle été créée ?
- Quel était son effectif de départ ?
- Quelles sont les principales étapes de son évolution ?

L'ENTREPRISE AUJOURD'HUI

- Quel est le statut de l'entreprise (privée ou publique) ?
- Qui dirige l'entreprise ?
- Quelle est votre activité principale ?
- Quels sont les produits commercialisés par l'entreprise ? Ou Quels services proposez-vous ?
- Quels sont vos clients ?
- Quels sont vos principaux concurrents ?

LE FONCTIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

- Quelle est la taille de l'entreprise ?
- Quelles est la superficie de l'entreprise ?
- Quel est l'organigramme de l'entreprise ? Quels sont les différents services dans l'entreprise ?
- Quel est le temps nécessaire pour fabriquer un produit ? (Choisir un produit)

- Quelles machines et outils utilisez-vous ?
- Avez-vous un site internet ?
- Comment fait-on connaître le produit sur le marché ?
- Faites-vous de la publicité et comment ?
- Comment recherchez-vous de nouveaux clients ?

L'ENTREPRISE ET SON PERSONNEL

- Quel est l'effectif actuel ?
- Quelle est l'évolution de l'effectif depuis 10 ans ?
- Quelle est la répartition des effectifs (hommes, femmes, par âges...)
- Quel est le pourcentage d'employés handicapés ?
- Quel est l'âge moyen du personnel ?
- Quels sont les métiers dans l'entreprise ?

L'ORGANISATION DE L'ENTREPRISE

- Quels sont les horaires ?
- Quelle est la durée du temps de travail ?
- Est-ce que l'entreprise ferme à certains moments ?
- Y a-t-il des périodes calmes et d'autres plus actives ?

Annexe

Curriculum vitae (CV)

(Posé ici votre Curriculum vitae (CV))

Demande de stage

(Posé ici votre Demande de stage)