



SciencesPo.

Création et animation du blog de l'association des élèves du Master Marketing de Sciences Po

CONTEXTE

L'Association des élèves du Master Marketing de Sciences Po a été créée en septembre 2009 afin notamment de promouvoir le master auprès des élèves du premier cycle de Sciences Po et des recruteurs.

Un site a été mis en ligne pour servir de vitrine à l'association et au Master. Afin de générer du trafic sur ce site et de gagner en visibilité, l'association souhaite développer un blog alimenté régulièrement.

DEFINITION DU PROJET

L'objectif du projet collectif est de créer et d'animer ce blog, en réalisant des interviews d'anciens élèves, de professeurs et de recruteurs, afin de montrer la diversité des parcours dans le secteur du marketing et des études, tout en mettant en avant la qualité pédagogique du master et sa spécificité.

D'autre part, il s'agit d'accroître la visibilité du blog et du site de l'association en générant du trafic par les techniques de webmarketing classiques (référencement, études des visiteurs, utilisation des réseaux sociaux, partenariats...)

Par conséquent, une équipe de 5 personnes est nécessaire pour mener à bien les deux versants de ce projet.

OBJECTIF GLOBAL

Développer et promouvoir un blog mettant en avant la spécificité et la valeur ajoutée du master Marketing et Etudes de Sciences Po, en s'appuyant sur l'expertise de Sciences Po Avenir, le réseau des anciens et l'équipe pédagogique du master.

OBJECTIFS SECONDAIRES

- Publication régulière sur le blog d'interviews, fiches métiers et présentations de recruteurs
- Constitution d'une base d'interviews de professeurs, d'anciens élèves et d'étudiants en année de césure évoluant dans des secteurs différents, afin de présenter la diversité des parcours possibles et la variété des métiers envisageables à la sortie du master.
- Réalisation d'entretiens avec les principaux recruteurs afin de cerner leurs attentes et ainsi de donner des conseils aux étudiants pour leurs entretiens d'embauches.
- Mobilisation de la communauté des anciens en leur faisant découvrir l'association
- Faire connaître l'association et générer du trafic sur son site
- Mettre en place des partenariats avec d'autres sites pour augmenter la visibilité du site (autres associations de Sciences Po, sites de type letudiant.fr,...)
- Mise en place de partenariats avec des entreprises et recherche de sponsors.

RESULTAT ET PRODUIT PREVUS

- Publication de 3 à 6 interviews par mois, ou plus en fonction du nombre de participants au projet.
- Augmentation substantielle du nombre de visiteurs du site.

METHODOLOGIE PROPOSEE ET CALENDRIER RETENU

Calendrier : de la validation du projet à fin mai 2010.
Répartition des tâches lors de la première réunion.

1^e phase : prise de contact avec l'équipe pédagogique du master, Sciences Po Avenir et l'Association des Anciens, constitution d'une première base d'articles et recherche de partenariats.

2^e phase : lancement du blog et publication régulière.

Une réunion hebdomadaire permettra de suivre l'évolution du projet.

ESTIMATION DES DEPENSES A ENGAGER

L'association met à disposition son site et en gère les aspects techniques tels que l'hébergement.
Il n'y a pas de budget prévu pour les dépenses de communication. Cependant, la présence d'un sponsor sur le site serait un plus.

ACTEURS DU PROJET

Responsable du projet

Equipe pressentie pour la réalisation

Benoit Zante

Brice Vinocour

Partenaires potentiels du projet

Sciences Po Avenir

Association des Anciens de Sciences Po

CONTRAINTES A RESPECTER

DELAIS

Publier de manière régulière un contenu de qualité.

COUTS

Trouver éventuellement un sponsor pour pouvoir engager des dépenses de communication et financer les déplacements.

PERFORMANCES

Augmenter la visibilité du site et développer son trafic grâce à un contenu intéressant renouvelé régulièrement.