

# Normandie Junior Conseil Caen



Dossier des Présidents Passage de marque Junior Entreprise
Rédigé à Caen le 09/11/2017 par Maxime RENE

## Sommaire

1. Quelques chiffres et données importantes.....	p.2
1. Présentation de l'association.....	p.3
1.2.1 Son historique	
1.2.2 Ses particularités	
1.2.3 Ses partenariats	
2. Le cahier des charges.....	p.4
3. Les process de l'association.....	p.5-7
1.4.1 Recrutement, Formation, Passation	
1.4.2 Gestion associative	
1.4.3 Développement commercial	
1.4.4 Suivi d'étude	
1.4.5 Trésorerie	
4. La vision sur l'avenir de la structure.....	p.7

# 1. Quelques chiffres et données importantes

Domaines de compétences:

## Les services que nous proposons

La Normandie Junior Conseil Caen peut intervenir pour vous dans **8 domaines compétences**



### Marketing

Etude de marché  
Etude de satisfaction  
Etude Concurrentielle  
Benchmark



### Gestion des Ressources Humaines

Audit social  
Benchmark



### Finance

Audit Organisationnel  
Business plan



### Entrepreneuriat

Business Plan  
Etude de produit  
Etude d'implantation



### Développement Durable

Conseil



### Marianne Conseil

Etude de satisfaction  
Etude de positionnement  
Etude de marché



### Communication

Etude de notoriété  
Plan de Communication  
Etude d'image



### Commerce International

Audit

Date de clôture comptable: 31 Décembre

	N-2	N-1	N (année en cours non clôturée)
Chiffre d'affaire (€)	7688€	9372€	12414€
Résultat (€)	3855€	-1934€	-2207€
Nb d'études	4	7	7
Nb d'administrateur	12	14	17
Nb d'intervenants	25	30	30
Implication horaire hebdo admin	5h- 15h	5-15h	5h à 15

# 1. Présentation de l'association

## 1.2.1 Son historique



## 1.2.2 Ses particularités

L'association est à caractère pédagogique. Les membres de l'association mettent en pratique les enseignements dispensés par les professeurs de l'EM Normandie.

La NJC Caen détient un savoir-faire en ce qui concerne les études de marché grâce aux cours proposés par l'EM Normandie ainsi qu'aux différentes missions réalisées depuis 2013.

## 1.2.3 Les partenariats

La NJC Caen a établi un partenariat avec la junior entreprise AppliCaen. Ce partenariat nous permet de nous compléter en terme d'offre proposée. Cela permet d'avoir plus de poids face aux partenaires locaux et de promouvoir une unité locale au sein de la CNJE.

Des week-end d'intégration sont organisés afin de partager nos compétences respectives.

Le partenariat nous permet d'organiser des événements tels que des conférences/débats de la part de professionnels.

## 2. Le cahier des charges

Toute l'équipe	Objectif label Junior Entreprise au CNH 2017
Développement commercial	12 missions, 15000€, travailler relation client et fidélisation client
Communication	Développer site internet et communication externe
Ressource humaine	RFP efficient, évolution du recrutement

### 1.4.1 Recrutement, Formation, Passation

La pérennité de l'association repose sur le recrutement et la formation des futurs gestionnaires de l'association ce qui en fait une tâche à la fois délicate et importante.

La première de nos contraintes concerne les étudiants et l'image que nous avons auprès d'eux afin de rendre accessible la NJC Caen. Il est donc important pour nous de nous présenter régulièrement et de leur montrer le gain d'expérience que peut apporter la gestion d'une telle association. D'autre part, obtenir un engagement constant sur le long terme de nos étudiants est une de nos priorités.

Notre deuxième contrainte est celle de notre cursus scolaire qui est très fragmenté. Cela s'explique notamment par les semestres d'expatriation qui nous obligent à mener un mandat sur une année civile et non sur une année scolaire. Cependant, beaucoup d'étudiants quittent le campus de Caen en 4ème année. Pour cela notre processus de recrutement s'effectue en deux temps, une partie de la nouvelle équipe est recrutée lors de leur année de U2 dès Mars afin de profiter de la présence de tout le bureau pour commencer la formation des futurs gestionnaires. La seconde partie est recrutée en 3ème année dès le début de l'année scolaire, recrutement réservé aux nouveaux arrivants des concours passerelle, BCE.

Avant le recrutement, il est primordial pour nous de bien communiquer sur notre activité, afin de donner envie aux étudiants, d'où l'organisation de diverses actions (intervention en amphi, speed dating des assos, goûter, campagne de recrutement avec des affiches et sur les réseaux sociaux, mailing, passage dans les classes). Pour ce qui est de la formation, elle est effectuée en Mars dès le recrutement des deuxième année. La formation est composée d'un aspect théorique où chaque pôle est présenté, puis suivi par des cas pratiques, missions fictives, enfin un test écrit pour vérifier la bonne assimilation de ces formations. Une formation spécifique à chaque pôle est fournie pendant la période de double bureau afin de préparer au mieux la passation et pouvoir devenir autonome le plus rapidement possible.

## 1.4.2 Gestion associative

La NJC Caen dispose d'un local au sein de l'école, de deux ordinateurs fixes, d'une ligne téléphonique, d'un accès internet, et des licences Office et Ciel (comptabilité). Un partenaire Junior Entreprise, Aplicaen de L'Ensicaen.

Ses domaines de compétences sont le Marketing, la finance, le développement durable, le Marianne Conseil, le commerce international, la communication, la Gestion des ressources humaines et l'entrepreneuriat. Au sein d'une Grande École de Commerce , post bac et admission parallèle, la NJC Caen fait partie de la trentaine d'association de l'Em Normandie. Seulement une autre association peut être jugé comme concurrente , Jobservice.

Pour la gestion associative nous disposons d'outils de suivi de prospection, de gestion des adhérents, d'outils de suivi d'études, d'outils de planification des tâches, et d'outils accessible à distance.

L'archivage documentaire s'effectue directement dans le local, dans une armoire fermée à clé, sur Google drive, mais aussi sur une clé USB en cas de secours. Les documents sont classés par ordre chronologique dans des classeurs ou des dossiers. Enfin, il est très important de photocopier et d'archiver tous les documents que nous envoyons ainsi que les accusés de réception. Tous les documents envoyés et reçus résultant de la correspondance avec la Préfecture sont classés rigoureusement dans un classeur dédié exclusivement à cet effet.

Concernant les documents relatifs à la gestion d'études, tous les documents relatifs à une étude donnée sont archivés dans un dossier. A la fin de l'étude une feuille récapitulative de l'étude est collée sur le dossier de manière à faciliter l'identification du dit projet. Enfin, à la fin de l'année, tous les dossiers concernant des études réalisées pendant l'année universitaire sont archivés ensemble.

Plusieurs actions sont menées afin de disposer d'intervenants fiables et compétents. Un mailing de promotion, des campagnes d'affichage et sur les réseaux sociaux, l'envoi de document professionnels tels que CV et lettre de motivation, suivi d'une phase d'entretien. Un questionnaire de satisfaction interne et un debriefing après chaque mission sont également réalisés dans le but d'identifier les axes d'amélioration.

Des réunions sont régulièrement organisées avec les membres, en moyenne deux conseils d'administration par mois et une réunion de pôle afin de suivre l'activité, et de garder la main sur l'implication des membres au sein de l'association.

Les Statuts sont acceptés par tous les membres de la Junior lors de leur adhésion, et doivent donc être facilement disponibles pour consultation. A chaque modification des Statuts, ces derniers sont votés en Assemblée Générale, signés par le Président et par le Secrétaire Général, et déposés en Préfecture. Le règlement intérieur est rédigé et signé par

le Président et Secrétaire Général, celui ci est accessible par tous , car il est tout comme les statuts affiché dans le bureau.

Le classeur d'association retrace l'ensemble des évènements marquants la vie de l'association, grâce aux comptes rendus de Conseil d'Administration, d'Assemblée Générale, etc...

### 1.4.3 Développement commercial

L'objectif principal de la prospection est de faire connaître la NJC Caen auprès des entreprises afin de proposer rapidement des missions aux étudiants. C'est donc un axe majeur sur lequel nous mettons tous les moyens en notre possession. C'est donc le pôle développement commercial et communication qui est en charge de cette mission.

Dans un premier temps, le pôle développement commercial, s'occupe des relations clients et de trouver de nouveaux prospects, ils ont donc pour objectif de développer l'activité de la junior. Dans un second temps, le pôle communication est en charge de la communication externe de la NJC Caen.

Pour le pôle développement commercial des actions telles que des sessions de phoning, de mailing sont mises en place, ils s'occupent donc de l'entretien de la base de donnée client. Ils entrent également en contact avec certains organismes, tels que la mairie, la CCI, et les incubateurs. Ils s'appuient sur leur réseau personnel, sur le réseau alumni de l'école mais aussi sur le service relation entreprise de notre établissement afin de créer de nouveaux contacts clients. Ils se rendent également sur les salons de la région afin de montrer notre présence et de créer un premier contact direct. Nos cibles clients sont les TPE, PME, associations et collectivités. Nous privilégions pour le moment les entreprises basées sur Caen, ou aux alentours de Caen afin de rayonner en premier dans la région Normandie.

En communication externe, la stratégie est basée sur le développement des réseaux sociaux professionnel (Linkedin) afin de créer de la discussion, puis de l'entretien de la refonte du site internet et de son entretien régulier. Des événements tels que des conférences sont mis en place, afin de gagner en visibilité et de marquer les esprits.

- 4 personnes dédiés à la prospection
- 1 personne dédié à la communication externe

### 1.4.4 Suivi d'étude

Les chargés qualité ont un rôle primordial, dans un premier temps, c'est à eux de s'assurer du degré d'analyse et l'aspect déontologique de la mission. Une fois la mission démarrée, ils assurent le suivi régulier de celle-ci et vérifient que le dossier final remis au client correspond bien au cahier des charges défini lors de la signature de la convention client.

Dans un premier temps, les suivis de mission assistent à chaque rendez-vous client avec un membre de la prospection et aident à la mise en place de la méthodologie de la mission. Une fois la convention client signée, les suivis de mission transmettent les informations sur la mission aux Ressources Humaines afin de choisir l'étudiant ou les étudiants prêts à réaliser la mission.

Durant la mission, le rôle du pôle Suivi de mission est de superviser et de contrôler le travail des étudiants. Dans un premier temps il soumet à l'étudiant la liste de ses tâches et objectifs pour la mission. Au cours de la mission, un suivi régulier est effectué grâce aux comptes rendus hebdomadaires et aux fiches horaires remplies par l'étudiant. Le chargé de Qualité reste également disponible pour répondre aux questions de l'étudiant et faire le lien entre lui et le client s'il a besoin d'informations précises pour ses recherches.

Lorsque la mission arrive à son terme, le suivi de mission et le chargé de Qualité récupèrent le rapport final de l'étude auprès de l'étudiant, une fois la relecture effectuée, ils le soumettent au président pour validation. La remise du livrable (la plupart du temps un dossier papier) donne lieu à la signature d'un procès-verbal de recettes finales qui atteste de la remise du livrable et de l'acceptation du montant restant à régler.

Enfin, un questionnaire de satisfaction est remis au client et à l'étudiant afin de nous aider à améliorer notre prestation.

#### 1.4.5 Trésorerie

Le process de trésorerie est divisé en plusieurs parties, une première partie sociale qui consiste à l'élaboration d'un bulletin de versement, sa validation et son enregistrement, la rémunération de l'étudiant, reporter dans un tableau de suivi et un contrôle interne. Toujours dans le process social, le déclaratif URSSAF, qui consiste à déclarer chaque étudiant, cotisations, récupérer le BRC, et contrôler cette phase grâce à une communication comptable, trésorier. Une deuxième partie fiscale avec l'impôt sur les sociétés, la déclaration annuelle des salaires, et la TVA. Puis les process de vente, qui consistent à contrôler les devis, les factures d'acompte et de solde, suivi des créances, lettre de relance si besoin, mise en demeure. Enfin le process d'achat, qui consiste à valider un achat, le réaliser, et le contrôler entre les deux membres. Les axes d'amélioration seraient un meilleur contrôle, et une actualisation plus régulière.

### 4. La vision sur l'avenir de la structure

Notre objectif est la pérennité de notre association, un développement continu et ambitieux, afin d'être labellisé Junior Entreprise, et pouvoir faire parti un jour dans la "L30". Mais aussi développer le nombre d'auditeurs conseils impliqué dans le mouvement.