



Contexte :

Créée par Laetitia Sauvage, About ü est une startup qui révolutionne le recrutement de cadres grâce à une plateforme à intelligence artificielle et diversifiée. Face aux limites des processus traditionnels (biais, manque de confidentialité, offres stratégiques non dévoilées), leur solution anonymise les profils (genre, âge, origine, entreprises et écoles) pour se concentrer exclusivement sur les compétences techniques, les qualités humaines et la motivation. Elle analyse les entretiens, génère des synthèses pertinentes et permet un matching ultra-rapide entre candidats C-level ou managers et entreprises ciblées. Leur mission : rendre le recrutement stratégique plus inclusif, confidentiel et efficace, tout en favorisant la diversité dans les postes à responsabilités.

Présentation de l'entreprise :

Lors du TD1, vous effectuerez des recherches pour présenter les créateurs, leurs parcours et compétences, leurs modèles sociétaux et parentaux et le processus de création.

Lors du TD2, vous présenterez la structure juridique, les fonctions, l'écosystème, les financements et les aides sollicitées pour la création, le développement de cette structure, ses données financières, son pivot, ses erreurs, adaptations et changements (s'il y a) et leur éventuelle démarche RSE.

Lors du TD3, vous présenterez votre travail à l'oral à l'aide d'un support.

Infos entreprise :

Site : <https://aboutu.fr>

Contact : laetitia@aboutu.fr

Étude de cas :

En parallèle des premiers TDs et lors du TD4 et TD5, après avoir réalisé une étude du marché du recrutement en France, avec un focus sur les Hauts-de-France, vous imaginerez une stratégie de croissance pour l'acquisition de nouveaux clients.

Comment About Ü peut-elle se différencier sur le marché très concurrentiel du recrutement de cadres et accélérer sa croissance, tout en consolidant son positionnement inclusif et innovant auprès des entreprises et des talents ?

Quelles stratégies marketing et partenariats permettraient à About Ü de devenir le leader du recrutement inclusif de cadres en France et en Europe d'ici 3 ans ?

1. Étude du marché des solutions de fidélisation client en France
2. Définition des cibles (personae)
3. Réponse à la problématique et préconisations opérationnelles (théorie)
 - Rappel du contexte et identification des défis : Détaillez les défis spécifiques auxquels ABOUT Ü est confrontée, à court et long terme.
 - Décrivez les stratégies mises en œuvre pour répondre à son ambition de croissance accélérée grâce à l'innovation sur son offre et ses solutions.
 - Fournissez des détails sur la façon dont les stratégies peuvent être appliquées, incluant les changements technologiques, les campagnes marketing, ou les formations du personnel.
 - Établir un plan d'actions :
 - o Canaux de com' online / offline
 - o Rétroplanning
 - o Actions spécifiques B2C / B2B
 - Donner des recommandations pour mettre en avant la marque About Ü
4. Cas pratique : élaboration de la stratégie de développement.
 - Fichier de prospects
 - Outils de communication offline / online
 - Réalisation de supports visuels
 - Elaboration du budget pour sa stratégie / ses innovations
5. Réponse à la problématique de l'Étude de Cas

Vous présenterez votre travail à l'oral lors du TD6 à l'aide d'un support pour appuyer votre propos.