



Contexte :

Créée par Alexis Loudière, entrepreneur engagé dans la transition écologique, Özakt est une entreprise à mission qui transforme l'accompagnement RSE des PME et ETI. Leur approche innovante combine diagnostic, stratégie et mise en œuvre opérationnelle pour aider les entreprises à structurer et accélérer leurs engagements durables. Face à la complexité des enjeux environnementaux et sociaux, Özakt propose des parcours et outils adaptés qui permettent de définir une feuille de route RSE claire et pragmatique. Leur mission : rendre la responsabilité sociétale accessible et concrète pour toutes les organisations.

Présentation de l'entreprise :

Lors du TD1, vous effectuerez des recherches pour présenter les créateurs, leurs parcours et compétences, leurs modèles sociaux 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://ozakt.fr>

Contact : alexis.loudiere@ozakt.fr

Étude de cas :

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

Comment Özakt peut-elle accélérer sa croissance et capter de nouveaux clients PME/ETI sur le marché concurrentiel du conseil en transition RSE, tout en alignant ses offres et sa stratégie d'acquisition avec les attentes de son personae idéal ?

Quelle stratégie commerciale et marketing permettrait à Özakt de devenir un acteur incontournable du conseil en RSE dans les Hauts-de-France ?

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 OZAKT 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 OZAKT
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.