

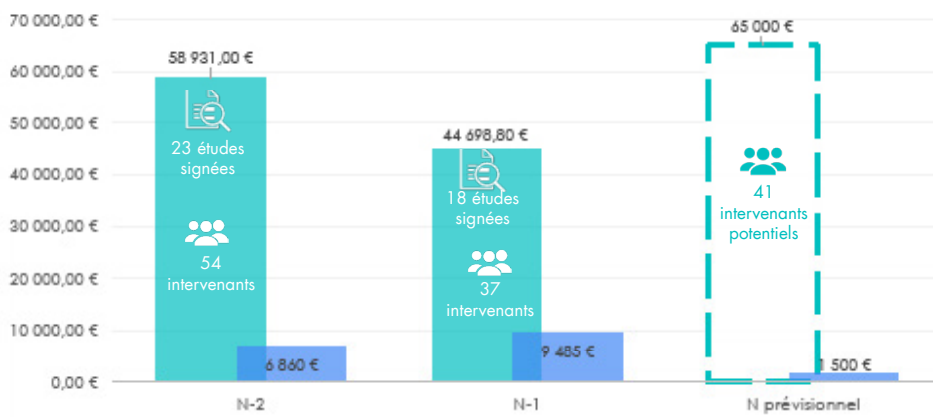
# Carte d'identité de Skema Conseil Paris

## Notre **Histoire**

Autrefois, antenne parisienne de Skema Conseil groupe, Skema Conseil Paris voit le jour en 2011 sous l'impulsion de Philippe Vizioz. Grâce à l'enseignement de ses deux consœurs (Skema Conseil Lille et Skema Conseil Nice) elle passe la marque Junior-Entreprise en seulement trois ans. En 2017, elle intègre la prestigieuse L30.

## Notre **Activité**

### CA HT et Résultat



En **2017**, Skema Conseil Paris réalise le deuxième plus important CA de ses huit années d'existence. Après cette **année intense économiquement**, elle aborde **2018** avec la volonté de faire encore mieux. Pourtant, par la suite, la performance économique de la Junior-Entreprise se révèle **en deçà de ses attentes**. Parmi les facteurs explicatifs de cette baisse de CA figure le fait que Skema Conseil n'a pas renouvelé sa collaboration avec SKEMA Business School.

Cette dite collaboration avait permis de signer une étude à plus de 10 000€, une part non négligeable du CA de l'époque (17%). Aujourd'hui, d'un point de vue économique et commercial notamment, le but est de relancer cette collaboration en signant une étude avec notre école. Notre **objectif** à plus long terme est d'**avoir une étude renouvelée chaque année** afin de maintenir une relation économique durable et de mener des études à long terme avec l'administration et participer ainsi à l'évolution de cette collaboration..

Malgré cette difficulté, le mandat a réussi à outrepasser son retard en menant des **actions rectificatrices**: mise en place d'une prospection intense sur LinkedIn, ciblant notamment des entrepreneurs; participation à plusieurs salons (salons des entrepreneurs, Vivatech...). Les résultats se sont surtout fait ressentir lors des trois mois de stage qui ont permis de signer plusieurs études pour un total de plus de 20 000€.

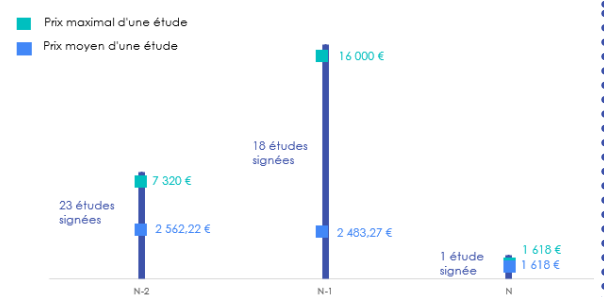
### Nos domaines de compétences



### Nos études les plus demandées

- Etude de marché
- Business Plan
- Plan de communication
- Etude de satisfaction client

### Montant des études signées

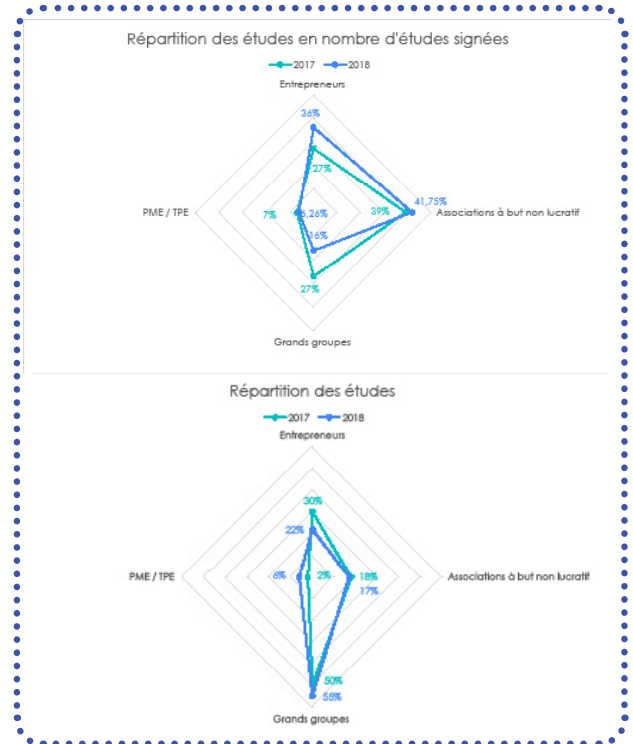


L'année N-1 fut une année record puisque la **plus grosse étude en terme de CA** a été signée. Alors qu'en 2017, le montant le plus important pour une étude s'élevait à

7 320€, ce montant a plus que doublé en 2018 atteignant 16 000€. Cependant nous devons souligner que le **prix moyen d'une étude a légèrement reculé** entre 2017 et 2018. Cela s'explique notamment par la **part grandissante des études pour des entrepreneurs**. Nos clients n'ont ni les mêmes budgets, ni les mêmes tailles d'études que les grands groupes.

## Répartition des études

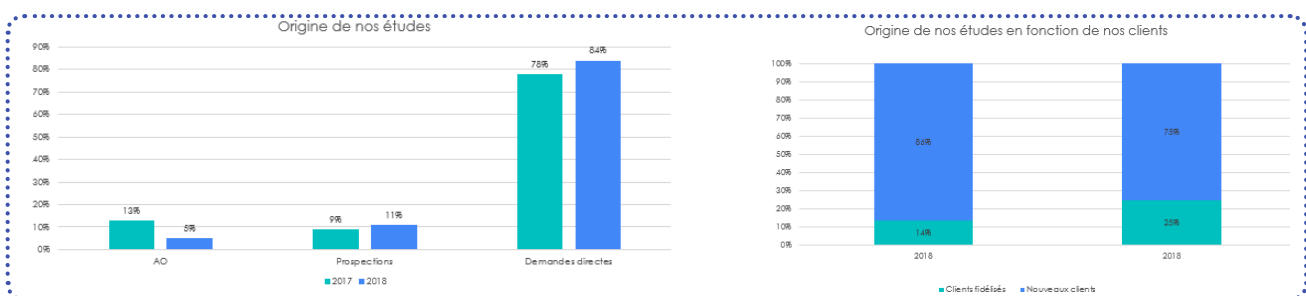
Depuis plus d'un an, Skema Conseil Paris se veut être **la Junior-Entreprise spécialiste dans l'accompagnement des entrepreneurs**. Les premières retombées de ce positionnement se voient déjà. En une année, le nombre d'études signées avec ces derniers a augmenté de 9 points. Cet attachement aux entrepreneurs est un véritable pari sur l'avenir. Ainsi, si on constate très clairement qu'ils ne représentent pas nos plus gros clients en termes de CA, ils représentent en revanche la **majeure partie de nos clients**. Au vu des compétences et des offres actuelles de notre JE, les entrepreneurs représentent notre meilleure chance de développement. Un entrepreneur qui lance son projet cherche une véritable écoute, une attention toute particulière, un dévouement. Il recherche un attachement fort à son projet, voire égal au sien. Et c'est notamment ce que notre Junior-Entreprise propose : une **relation forte avec le client**, une méthodologie répondant non seulement à ses attentes mais qui **anticipe également ses besoins**. Ce dernier point fait perpétuellement l'objet de toute notre attention à Skema Conseil. Cette attention s'est reflétée pendant ce mandat N-1, notamment par le développement de nombreuses veilles sectorielles. En effet, chaque semaine, une veille ou un article est développé pour rester en phase avec les différentes tendances de marché. C'est par cette stratégie que l'on peut paraître le plus pertinent aux yeux des entrepreneurs, surtout lorsqu'ils officient dans un marché «de niche». De même, la proximité de Skema Conseil avec la Ruche et le Réseau



Entreprendre a permis de mieux cerner les problématiques de ces entrepreneurs (travail virtuel, Knowledge Management, économie de services...)

## Origine des études

La qualité de nos services nous a permis, en 2018, d'obtenir toujours plus de demandes rentrantes via notre site internet (en augmentation de 5 points par rapport à 2017) mais **la fidélisation demeure une étape difficile** pour notre Junior. Malgré un taux de satisfaction élevé de nos anciens clients, la plupart d'entre eux ne refait pas appel à nos services après l'étude réalisée. En conséquence, l'année dernière, SCP a décidé de mettre l'accent sur deux points: la **prospéction** et la **fidélisation**. Instaurée par le mandat 2017 et poursuivie en 2018, notre politique de prospection a porté ses fruits.



En effet, on constate une augmentation sensible des demandes d'études issues de la prospection d'une année à l'autre. En 2019, l'importance accordée à la prospection est plus que jamais à l'ordre du jour au vu notamment de la forte diminution des demandes entrantes via notre site internet (5 demandes entrantes depuis le 1er janvier). Après réflexion, nous attribuons ces performances en berne au design de notre site web et à son référencement qui n'ont pas évolué depuis 2014. Aussi, en parallèle de notre politique de prospection, une **politique de rénovation du site web** est en train d'être mise en place. En ce qui concerne la fidélisation, nous estimons qu'il s'agit d'un point d'amélioration de première importance qu'il importe de résoudre au plus vite. Le mandat 2018 a commencé à

améliorer cela. En effet, une étude avec un ancien client (grand groupe) est aujourd'hui d'actualité. Malgré ces progrès, la fidélisation doit être au centre de notre politique économique afin de la rendre plus performante. Ceci, passera notamment par une politique d'appels réguliers afin de nourrir les liens avec nos anciens clients et cerner leurs nouveaux enjeux. Ainsi, le «Jour J», ils se tourneront vers nous plutôt que d'autres JE. D'une part, cela permettra de créer de véritables relations sur la durée avec nos clients, de les accompagner année après année. D'autre part, nous aurons à notre disposition un «matelas» économique qui assurera la viabilité de la structure.