BLOC C2

PROPULSE 1

Guide complet de l'épreuve — étudiant

PRINCIPE DE L'ÉPREUVE

Propulse 1 se déroule en **deux temps sur l'année**. D'abord, une phase d'étude de marché au semestre 1 : tu analyses un secteur dont tu ne connais pas encore le client.

Ensuite, en fin d'année, le brief client tombe : tu as quelques jours pour construire ta recommandation stratégique commerciale et la défendre devant un jury de professionnels.

À COMPRENDRE AVANT DE COMMENCER

- En phase 1, tu ne connais pas le client — seulement le secteur et le type d'entreprise. L'étude doit rester globale pour être exploitable au moment du brief : comprendre ce marché, ses opportunités, menaces, tendances.
- La phase 2 s'appuie directement sur le travail réalisé en phase 1. Un groupe qui n'a pas bien travaillé son étude de marché part avec un **désavantage réel**.

LE DOSSIER PHASE 1 — ÉTUDE DE MARCHÉ

À rendre en fin de semestre 1. Dossier de groupe (3 à 4 étudiants), corrigé par l'intervenant « Étude de marché ».

STRUCTURE ATTENDUE DU DOSSIER COLLECTIF

- Définition du périmètre d'étude : secteur, sous-segments, périmètre géographique
- Sources et méthodologie : outils de collecte, fiabilité, RGPD
- Analyse du marché : taille, tendances, acteurs clés, dynamiques concurrentielles
- Analyse clients : typologies, comportements d'achat, attentes, segments B2B/B2C
- Synthèse et enseignements : opportunités identifiées, points de vigilance

LE POINT D'ATTENTION

Tu ne connais pas encore le client : c'est voulu. L'étude doit être suffisamment solide et documentée pour que, lorsque le brief tombe en avril, tu puisses t'en servir directement.

Un dossier trop orienté vers une hypothèse client précise sera difficile à réutiliser. **Reste sur le secteur, les segments, les tendances.**

LE DOSSIER PHASE 2 — RECOMMANDATION STRATÉGIQUE

Remis le **28 avril**, il doit contenir votre premier dossier d'analyse de marché. **30 pages minimum, hors annexes.** Ce qui suit sera à ajuster selon le brief client : votre rôle est de vous adapter à sa demande.

- Analyse de marché (dossier du S1) et diagnostic commercial
- Objectifs SMART par cible, buyers personas documentés et justifiés
- Budget d'actions commerciales : postes de coûts, marges, ROI sur 1 à 3 ans
- Offre : positionnement, avantages concurrentiels, conditions
- Stratégie de négociation : marges de manœuvre, objections anticipées, scénarios alternatifs
- Plan de fidélisation et programme de suivi clients
- Actions de communication commerciale on line / off line : cibles, moyens, budget
- Outil de suivi du plan d'actions (CRM, tableau de bord)
- Dimension RSE et prise en compte du handicap

LA CHRONOLOGIE COMPLÈTE

PHASE 1 — ÉTUDE DE MARCHÉ

Semestre 1 · cours Étude de marché

- Analyse approfondie du secteur et de la typologie d'entreprise transmis en début d'année
- Veille concurrentielle, analyse clients B2B/B2C, tendances marché
- Le client final n'est pas connu : tu travailles sur le secteur uniquement
- **Livrables :** dossier de groupe (4 à 6 étudiants) remis en fin de S1 · note corrigée par le professeur Étude de marché · note individuelle de CC sur la matière en plus

BRIEF ANNONCEUR

22 avril 2027 — matin

- Révélation du client : brief annonceur réalisé en visio
- Prise en main du brief en équipe, premières questions de clarification

SEMAINE COMPET'

22–27 avril 2027 · 1 semaine banalisée

- Production de la recommandation stratégique commerciale complète, basée sur l'étude de marché du S1
- Objectifs SMART par cible, buyers personas, budget commercial, ROI
- Stratégie de développement commercial, négociation, fidélisation, CRM, etc.
- Rédaction du dossier et du support de présentation

ORAUX — DEMI-FINALE

28 avril 2027 · Avignon

- Soutenance par équipe devant jury professionnel pour la sélection en finale face au client
- 20 min de présentation collective · 5–10 min de questions du jury
- Note individuelle sur 20 : dossier écrit final (30 pages min., hors annexes) + support de présentation (PPT / Canva)

ORAUX — FINALE

29 avril 2027 · Avignon

- Soutenance par équipe devant un jury professionnel et le client
- 20 min de présentation collective
- Absence de débrief du jury

COMMENT SE PRÉPARER ?

POUR LA PHASE 1 (S1)

- Constitue le groupe tôt : la dynamique collective se construit dans la durée.
- Documente toutes les sources : tu en auras besoin en avril.
- Reste générique sur le secteur, ne sur-adapte pas à un client hypothétique.
- Le dossier est noté : traite-le comme un vrai livrable, pas comme un brouillon.

POUR LA SEMAINE COMPET' (AVRIL)

- Fais le lien dès réception du brief : qu'est-ce qui, dans ton étude de marché, est directement exploitable ?
- Chaque membre doit maîtriser l'ensemble du dossier pour l'oral.

NOTATION

20 %
Dossier « étude de marché » — phase 1

30 %
Dossier « recommandations stratégiques » — phase 2

50 %
Soutenance orale — phase 2

CONSEILS

CE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

01 RESTE GÉNÉRIQUE EN PHASE 1 : NE PRÉSUME PAS DU CLIENT

Au semestre 1, tu ne connais pas encore le client — seulement le secteur et le type d'entreprise — et un dossier trop orienté vers une hypothèse client précise sera difficile à réutiliser en avril. Concentre ton étude sur le secteur, les segments et les tendances : c'est cette généricité qui la rendra exploitable au moment du brief.

02 TON ÉTUDE DE MARCHÉ CONDITIONNE DIRECTEMENT TA PHASE 2

Un groupe qui n'a pas bien travaillé son étude de marché part avec un désavantage réel. Et le dossier est noté : traite-le comme un vrai livrable, pas comme un brouillon — un dossier bâclé en décembre coûte cher deux fois, une fois en note, une fois en handicap pour avril.

03 DOCUMENTE TES SOURCES, FAIS LE LIEN DÈS LA RÉCEPTION DU BRIEF

Documente toutes les sources : tu en auras besoin en avril. Et dès que le brief tombe, le réflexe attendu est immédiat : qu'est-ce qui, dans ton étude de marché, est directement exploitable ? Un dossier bien sourcé mais qu'on ne sait pas relier au brief en quelques heures perd une bonne partie de sa valeur.

04 CONSTITUE TON GROUPE TÔT : LA COHÉSION NE S'IMPROVISE PAS

La dynamique collective se construit dans la durée. Une équipe formée à la dernière minute avant le tutorat aborde la semaine compet' sans les automatismes de travail qu'un groupe soudé depuis décembre aura déjà rodés.

05 UN MAILLON FAIBLE PÉNALISE TOUT LE GROUPE

L'oral repose sur une note collective — dossier + présentation — avec des questions individuelles du jury. Chaque membre doit être capable de défendre l'ensemble du dossier : un coéquipier pris en défaut sur une partie qu'il ne maîtrise pas fait retomber le risque sur la note de tout le groupe.

06 LE PITCH PÈSE DEUX FOIS PLUS QUE LES QUESTIONS

La répartition est précise : 20 minutes de présentation collective contre 5 à 10 minutes de questions. Ne traite pas le pitch comme une simple mise en bouche avant « les vraies questions » : il concentre le double du temps évalué, et mérite d'être répété et minuté en conséquence.