

## DOSSIER DE CANDIDATURE 2019

---

Nom de l'entité déposante :

★ agence    ■ annonceur

Alexandre Jean-Baptiste

---

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur :

Alexandre Jean-Baptiste

---

NOM DE LA CAMPAGNE :

*YuCan*

« Coup de coeur du public »

DATE DE CAMPAGNE : **Mai 2019**

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : **National**

# À SAVOIR



- Les 10 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, en conservant la mise en page pour des raisons d'équité. Aucun autre modèle ne sera accepté.
- L'ensemble de votre dossier ne doit pas dépasser 20 slides.

Vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE de vos campagnes / actions au Coup de cœur du Public. Cocher la case suivante pour sélectionner ce dossier :

★ je souhaite participer au COUP DE COEUR DU PUBLIC

Dossier à renvoyer avant le : **16 septembre 2019**

Via le formulaire : [www.tropheesdelacom.so/candidatez/](http://www.tropheesdelacom.so/candidatez/)

# 1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RESUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



**« Et si on scannait les candidats comme l'on scannait nos paquets de céréales au supermarché ? »**

**YuCan, c'est l'application fictive subtile cocktail entre Yuka et LinkedIn Jobs. La campagne réalisée par Alexandre Jean-Baptiste pour se différencier dans le cadre de sa recherche d'emploi.**

## 2 RAPPEL DE LA DEMANDE



**Trouver une idée originale pour faire découvrir son CV aux agences de communication bordelaises et parisiennes.**



# 3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

## *Objectifs :*

Mettre en avant ma créativité et mes compétences dans le cadre d'une réelle campagne de communication.

## *Publics visés :*

Agence de Communication  
(principalement)

## 4 LA PROBLEMATIQUE

*Savez-vous vraiment qui vous recrutez ?  
Etes-vous sûre qu'elle matchera bien avec votre équipe ?*

**Nous oui ! YuCan scanne vos candidats et analyse leur impact potentiel sur votre entreprise. En un clin d'œil, il déchiffre pour vous les profils : vous visualisez ceux qui vous conviennent et ceux qu'il vaut mieux éviter.**

## 5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

**Avec l'essor du numérique, la recherche d'emploi ainsi que nos portfolios se font de plus en plus en ligne. L'idée serait de proposer aux entreprises le portfolio qui correspondrait le mieux. Aider les agences qui n'ont pas de service RH (notamment) à faire le bon choix dans son recrutement.**

## 6 LES CONCEPTS CREATIFS

### Yuka

Une application pour scanner nos aliments, savoir s'ils sont bons ou non pour notre santé et notre développement.

### LinkedIn Jobs

Pouvoir trouver un emploi qui correspond à nos différents critères de recherche

*Et si l'on mixait ses deux applications web pour aider les agences à trouver la perle rare qui correspondrait au mieux à leur équipe.*



## 7 LES CONCEPTS CREATIFS

**J'ai envoyé aux agences des petites cartes de visites avec un QR code renvoyant au site « YuCan ». Sur ce site, les recruteurs pouvaient découvrir mon CV en ligne (il n'y avait que le mien de toute façon) et ainsi connaître mes compétences et portfolio plus en détail.**

# 8 LES VISUELS



# 9 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

**Envoyer ma carte de visite au Huffington Post**

# 10 EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

**Avec YuCan, je souhaitais montrer que les étudiants peuvent avoir des idées pour se démarquer sur le marché de l'emploi. YuCan montre aussi que la recherche d'emploi... est une véritable campagne d'auto-promotion.**

**YuCan, c'est aussi la preuve que l'on peut atteindre ses objectifs avec du travail et de la persévérance.**

# 11 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...) ?



sur les 2 premières semaines de Mai

3 200 visiteurs uniques sur le site « YuCan »

100 ajouts LinkedIn

78 messages/mails cumulés

30 propositions directes d'entretiens

4 articles ou interviews

*(Huffington Post, LCI, Europe 1, Bdx Tendence)*

## 12 VOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS RSE :

**Campagne 100 % digitale 0 papiers.  
Cartes de visite imprimées sur du papier recyclé.**

# 13 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

**Alexandre Jean-Baptiste**  
*YuCan*

- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE :  
Jouer de créativité pour intégrer une agence de communication
- 
- STRATEGIE ADOPTÉE :  
Une campagne de communication pour un CV en ligne
- RESULTATS : Une idée reprise par différents media qui m'aura permis de décrocher mon alternance en agence ! :)