

Evaluation Intégrer le e-commerce (Business Project) MBA IDRAC

EQUIPE	SHERPA	DIGITAL BOOSTER	CASH HUNTER
FICTIVE	Démo Sherpa	Démo Digital Booster	Démo Cash Hunter
PRESENCE OU TRAVAIL RECONNU (COCHER SI OUI)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NOTES : Si un seul critère est "Non présenté" le Sherpa perd 2 points, sinon il prend 2 points de plus que l'équipe.	12,0	14,0	ABS ou 0

LEGENDE DES CRITERES D'EVALUATIONS	FORME	BARÈME
Non présenté	☆☆☆☆☆	0
Hors sujet ou partant d'un non-sens ou d'une théorie éronnée	★☆☆☆☆	1
Insuffisamment traité (ni document, ni méthode de cours)	★★☆☆☆	2
Traité simplement (manque soit la méthode, soit la source documenté)	★★★☆☆	3
Traité de manière approfondie (méthode maîtrisée et source documenté)	★★★★☆	4
Croisement avec une autre méthode et projection stratégique (hypothèse sur le coup d'après)	★★★★★	5

CRITERES	EVALUATIONS	JUSTIFICATIONS SI 0 OU 5 ETOILES
MISSION 1 : LA CREATION !	13,7 /20	
Le logo qui claque (1: basic - 5:décliné en charte)	★★★★☆	
Le slogan qui détonne (1:basic - 5:original et présentant un double sens)	★★☆☆☆	
La présentation de l'équipe et de la société (1:basic - 5:vidéos originales)	★★★★☆	
La définition des segments de l'offre et des cibles (1:basic 5:conceptuel)	★★★★☆	
Des statuts sont rédigés (1:modèle word - 5:Brand marketé)	★★★★★	Statuts avec logo et police à la couleur
Le code APE est bien choisi (1:sans description - 5:description détaillée)	★★★★☆	
Un communiqué est publié (1:incomplet - 5:complet, clair, et marketé)	★★★★☆	
MISSION 2 : LE MACRO ENVIRONNEMENT	13,3 /20	
Les menaces sont présentés	★★★★☆	
Les opportunités sont présentés	★★★★☆	
Les sources sont pertinentes	★★★★☆	
MISSION 3 : L'INTENSITE CONCURRENTIELLE	12,0 /20	
Pertinence des sources	☆☆☆☆☆	Aucune source présenté
Choix des indicateurs (Barème x2)	★★★★☆	
Pertinence de l'outil utilisé	★★★★☆	
Maîtrise de l'outil utilisé	★★★★☆	
MISSION 4 : L'ETUDE DE VOTRE PERSONAE	14,3 /20	
Pertinence des données récoltées pour le définir	★★☆☆☆	
Pertinence des critères définissant le personae (Barème x4)	★★★★☆	
Richesse des critères du personae (variété et précision)	★★☆☆☆	
Adéquation du personae avec votre offre	★★★★☆	
MISSION 5 : L'AVANTAGE CONCURRENTIEL	14,0 /20	
Analyse VRIO ?	★★☆☆☆	
Message indiquant que le site est fictif	★★★★★	Message avec lien vers un sondage
MISSION 6 : VOTRE STRATEGIE DE PRIX	12,0 /20	
Cohérence de la stratégie de prix	★★★★☆	
Rentabilité de l'opération promotionnelle	★★★★☆	
Positionnement prix (mapping)	★★☆☆☆	
MISSION 7 : LE LANCEMENT	14,7 /20	
Originalité de la campagne de lancement	★★★★☆	
Rentabilité de la campagne de lancement	★★★★☆	
Objectifs de cette campagne et choix des KPI (Barème x4)	★★★★☆	
Pertinence de la stratégie de fidélisation	★★☆☆☆	
Qualité graphique du site e-commerce (Barème x8)	★★★★☆	
Relation et influence des partenaires/fournisseurs	★★☆☆☆	
Segmentation de l'offre et des services e-commerce (Barème x2)	★★★★☆	
MISSION 8 : LE PLAN D'ACTION POUR CAPTER LE PERSONAE	15,0 /20	
Le choix des campagnes sur les réseaux sociaux	★★★★☆	
Le choix des réseaux sociaux	★★★★☆	
La qualité et l'originalité de la maquette du post proposé (Barème x2)	★★★★☆	
MISSION 9 : LE BILAN REFLEXIF	17,1 /20	
Bilan des points positifs du projet	<input checked="" type="checkbox"/>	
Bilan des points négatifs du projet	<input checked="" type="checkbox"/>	
Qualité de la présentation du projet (0:dysorthographe - 5:catalogue pro)	★★★★☆	

OBSERVATION FACULTATIVE

Les outils marketing sont maîtrisés mais les sources sont parfois manquantes. Bonne présentation graphique.