



JUNIOR-ENTREPRISE DE L'IAE DE BORDEAUX

Au service de vos projets



2
0
2
5



BNP PARIBAS



Biotech
Bordeaux
Études

QUI SOMMES NOUS ?

Qu'est ce qu'une Junior Entreprise ?

Une Junior-Entreprise est une association loi 1901, implantée au sein d'un établissement d'enseignement supérieur.

Elle permet aux étudiants de mettre en pratique leurs enseignements théoriques en réalisant des missions rémunérées pour le compte de professionnels.

Aujourd'hui, les Junior-Entreprises sont encadrées par la CNJE. Il existe, à ce jour, plus de 200 structures éparpillées dans toute la France.

Qu'est-ce qu'IBC ?

En tant que Junior-Entreprise de l'IAE de Bordeaux, nous incarnons l'ambition et l'excellence. Engagés dans une démarche qualité, nous accompagnons nos clients dans la réussite de leurs projets.

Nous disposons d'une équipe d'étudiants passionnés qui mettent toujours un point d'honneur à offrir une valeur ajoutée à nos clients. C'est notre engagement dans les projets des entreprises qui forge leur confiance à notre égard.

IBC, votre partenaire de confiance pour l'excellence des prestations.

IBC EN CHIFFRES

13
ANNÉES D'EXPÉRIENCE

6
CHEF.FE.S DE PROJET PRÊT.E.S
À RÉPONDRE À VOS BESOINS

1100
INTERVENANT·E·S
POTENTIEL·LE·S

NOS VALEURS

EXCELLENCE

AMBITION

COHÉSION

INTÉGRITÉ

OFFRE DE PRESTATION

ÉTUDE DE MARCHÉ



OBJECTIFS

L'étude de marché permet de valider la faisabilité commerciale d'un projet. Elle a plusieurs objectifs :

- Vérifier la cohérence du projet sur le plan commercial
- S'assurer de l'existence d'une opportunité
- Réaliser, fiabiliser et suivre les prévisions financières
- Professionnaliser les méthodes
- Renforcer le dossier de création
- Valider l'offre commerciale à venir



MÉTHODOLOGIE



OFFRE DE PRESTATION

BUSINESS PLAN



OBJECTIFS

Le Business Plan expose l'ensemble des objectifs que l'entrepreneur se fixe pour son projet, ainsi que les modalités de leur mise en œuvre. Il doit répondre à des critères essentiels, notamment en ce qui concerne la finalité, les stratégies globales et opérationnelles, les ressources mobilisées et la rentabilité du projet.



MÉTHODOLOGIE

PLAN FINANCIER

Emplois et ressources,
prévisionnel des ventes,
structure de coûts

1 RÉSUMÉ

Activité, marché, chiffres
clés, besoins

2 SOCIÉTÉ

Structure, histoire, équipe,
produits et services

MÉTHODOLOGIE Business Plan

5 OPÉRATIONS

Plan de personnel,
ressources clés,
fournisseurs

4 STRATÉGIE

Avantage concurrentiel, prix,
plan commercial, risques

3 ÉTUDE DE MARCHÉ

Marché, concurrence,
fournisseurs, distribution

OFFRE DE PRESTATION

PLAN DE COMMUNICATION



OBJECTIFS

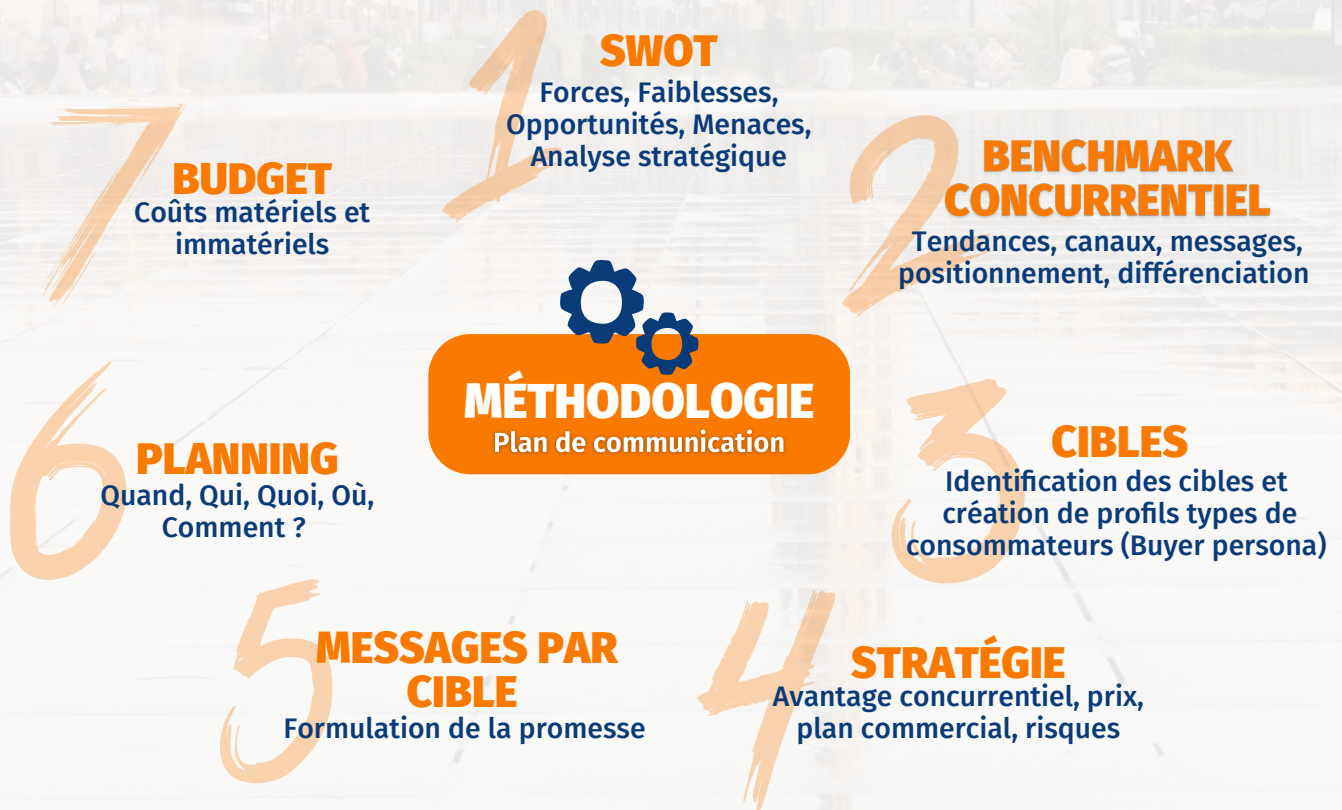
Le plan de communication est une ligne directrice pour toutes vos actions de communication prévues au cours de l'année. En fonction de la matrice de positionnement concurrentiel préalablement définie, il guide vos actions de façon structurée et pertinente.

Plus concrètement, le plan de communication consiste à cibler, créer, communiquer, toucher et obtenir un retour sur investissement.

Réussir sa communication, c'est réussir à capter sa cible !



MÉTHODOLOGIE



ILS NOUS ONT FAIT CONFIANCE

summer  style
BY SEBATI

**「SUD
OUEST」**

COLAS
WE OPEN THE WAY

Solocal
GROUP

Cdiscount

NOS PARTENAIRES

 **iae**
BORDEAUX


BNP PARIBAS

JE
Junior-Entreprises



JIAE



 **Biotech
Bordeaux
Études**

CONTACTEZ-NOUS