Mission 1 : Organisation d'un voyage de presse

Dans le cadre des festivités du 40ième anniversaire de l'association, le président souhaite organiser un voyage de presse. Son objectif est de promouvoir les actions de l'association NMT en faveur de la préservation du patrimoine naval auprès des partenaires institutionnels, de partenaires privés et du grand public. Un premier travail mené en collaboration avec lui et les bénévoles de l'association vous a permis d'élaborer le cahier des charges de ce voyage de presse qui accueillera 12 journalises et influenceurs. Dans un souci d'une démarche écoresponsable, il est prévu que quelques déplacements se fassent en vélo à assistance électrique. Il vous reste maintenant à mener à bien plusieurs tâches, à commencer par le choix du prestataire hôtelier.

1.1 - Sélectionner l'hébergement qui accueillera les participants. Justifier votre proposition.

Malheureusement, le prestataire hôtelier choisi n'a pas été en mesure de donner une suite favorable à votre demande et vous avez décidé de travailler finalement avec un autre établissement qui ne faisait pas partie de la présélection initiale. Bien placé également, il peut accueillir vos 12 journalistes et influenceurs en chambre individuelle pour un tarif de 99 € par chambre (plus 13 € pour le petit déjeuner). L'ensemble des prestataires et fournisseurs étant désormais identifiés, le président vous demande de déterminer le coût de revient de ce voyage de presse.

1.2 - Déterminer le coût de revient du voyage de presse.

La volonté du président est de réduire les coûts d'organisation de ce voyage de presse. Il souhaite que soit menée à chaque fois que cela sera possible, une négociation commerciale avec les différents fournisseurs pour obtenir les meilleures conditions tarifaires possibles, voire quand cela est possible une gratuité totale. C'est dans cet objectif que vous préparez votre démarche auprès de « VéloLoire », le loueur de vélo que vous avez présélectionné.

1.3 - Déterminer les contreparties qui vont pouvoir être proposées à « VéloLoire » pour obtenir la gratuité de ses prestations à l'occasion du voyage de presse.

Mission 2 : Développement de l'activité location de salles en direction des PME-PMI locales

L'association dispose de 2 salles aménagées à bord du Maillé-Brézé qu'elle loue à la demande pour des réunions et des réceptions. Cette activité reste très accessoire et ne génère qu'un chiffre d'affaires annuel d'environ 12 000 €. Bien que l'association ne dispose pas d'agrément, le président souhaite développer cette offre de location en direction des PME-PMI locales.
Communiquer efficacement sur cette offre apparait comme une nécessité pour l'association. Le président a récemment entendu parler des « Instameet VIP [2]» et s'interroge sur l'intérêt de l'association d'en organiser. Il souhaite obtenir votre éclairage sur cette question.

2.1 - Conseiller le président sur l'intérêt d'organiser des « Instameet VIP » pour développer sa communication en direction des PME-PMI locales.

[2] Instameet VIP **:** Nom donné aux rendez-vous collectifs des mordus de l'image qui se retrouvent sur un lieu pour vivre une journée pleine d'échanges, de rencontres, et de visuels en utilisant l'application Instagram

Suite à l'opération de communication, une entreprise nantaise a sollicité l'association. Elle a l'habitude 2 fois par an de réunir l'ensemble de ses collaborateurs pour une journée incentive. Son responsable a imaginé que le Maillé Brézé pourrait constituer un cadre original pour la tenue de cette journée et a transmis à l'association son cahier des charges. Sur cette base, un bénévole de l'association a conçu un programme. Le président souhaite profiter de votre présence dans l'équipe pour vérifier la pertinence de cette proposition.

2.2 - Vérifier si les caractéristiques de l'offre conçue par le bénévole correspondent à la demande de l'entreprise nantaise.

Fort de cette expérience, le président vous demande de développer la distribution de cette offre en direction des PME-PMI locales.

2.3 - Faire des propositions argumentées d'actions de commercialisation à mettre en place en direction de la cible des PME-PMI locales.

Mission 3 : Recrutement du futur commercial

La prospection auprès des PME-PMI locales doit se faire rapidement pour exploiter au mieux les retombées de l'opération de communication Instameet. Le président est conscient que les 3 salariés actuels ne disposent pas du temps nécessaire ni des compétences pour vous accompagner dans cette tâche. Il vous charge de l'aider à préparer le recrutement d'un salarié en CDD d'un an pour vous assister dans le développement de l'offre incentive.

3.1 – Élaborer le profil du poste du candidat que vous souhaitez recruter.

3.2 – Rédiger l'annonce qui apparaitra sur le réseau LinkedIn.

SOMMAIRE DES ANNEXES

Annexe 1	Un musée vivant animé par des guides bénévoles passionnés	Page 5
Annexe 2	Cahier des charges et programme prévisionnel voyage de presse 2025	Page 6
Annexe 3	Informations sur le voyage de presse	Page 7
Annexe 4	Caractéristiques d'une sélection d'hôtels 3* du centre-ville de Nantes	Pages 8 et 9
Annexe 5	Localisation des hôtels 3* du centre-ville de Nantes	Page 10
Annexe 6	VéloLoire : Extraits d'un article paru dans la presse locale	Page 11
Annexe 7	Informations sur l'offre tourisme du Maillé Brézé	Pages 11 et 12
Annexe 8	Cahier des charges de l'entreprise nantaise et projet du bénévole	Page 13
Annexe 9	Solution de communication envisagée par le président : Instameet VIP	Pages 13 et 14
Annexe 10	Entretien avec le président au sujet du recrutement d'un commercial	Page 15
Annexe 11	Tout savoir sur le profil de poste	Page 16