### 

### ****3. CCTP****

### ****ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL DU RESEAU EGC BUSINESS SCHOOL****

Le réseau EGC Business School comptera pour la rentrée 2025, 22 campus présents sur le territoire français, répartis entre 17 en Hexagone et 5 en Outre-mer. Ce maillage géographique en fait le réseau d’écoles de commerce le plus étendu en France.

Le diplôme délivré est un Bachelor en commerce, marketing et gestion, il dispose d’un visa délivré par la CEFDG, en fonction des campus, pour une durée de 3 à 5 ans, une commission indépendante placée sous l’autorité des Ministères de l’Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l’Innovation et du Ministère de l’Économie. Ce visa représente une validation officielle de la qualité académique et professionnelle de notre formation. C’est le visa qui certifie le diplôme.

À la rentrée 2024, le réseau comptait 1 500 étudiants. Chaque campus est affilié à une Chambre de Commerce et d’Industrie (CCI) et implanté dans des villes plébiscitées pour leur qualité de vie. Cette implantation permet aux campus d’être associés aux entreprises locales et aux CCI de leur territoire. Ce fort ancrage territorial est un atout majeur, contribuant à l’identité et au positionnement unique des campus EGC Business School.

Chaque campus est engagé dans une démarche collective pour répondre aux enjeux sociétaux liés à la vitalité des territoires tout en offrant un accompagnement individuel à chaque étudiant. Cette approche vise à les aider à construire leur projet personnel et professionnel de manière épanouissante.

**En synthèse, le réseau EGC Business School repose sur trois piliers fondamentaux :**

**> Proximité** : implantés dans des villes de taille moyenne, les campus favorisent des relations de proximité entre étudiants, enseignants et acteurs économiques locaux, créant ainsi une expérience immersive et enrichissante.

**> Qualité** : l’EGC Business School garantit un enseignement reconnu par l’État et certifié par des organismes comme la CEFDG et France Compétences. Les accréditations, renouvelées régulièrement, témoignent de l’engagement constant du réseau à maintenir un haut niveau d’excellence.

**> Accessibilité** : avec des tarifs compétitifs et des options de financement adaptées, l’EGC Business School permet à un large public d’accéder à une formation en commerce de qualité sans les coûts souvent élevés des grandes écoles.

Le programme Bachelor EGC Business School se distingue par sa vocation professionnalisante, favorisant une insertion rapide des diplômés sur le marché du travail. 85 % des diplômés trouvent leur premier emploi en moins de six mois, généralement à des postes de middle-management dans des PME locales. Par ailleurs, une majorité des diplômés choisit de poursuivre ses études, le plus souvent dans des masters spécialisés ou des programmes Grande École.

**L’intégration au Bachelor EGC Business School se fait via quatre voies d’admission :**

**> Post-Bac en septembre** via Parcoursup, avec une majorité de lycéens issus de baccalauréats généraux ou STMG.

**> Post-Bac en janvier**, pour une réorientation rapide après un premier semestre insatisfaisant.

**> Post-Bac+1** pour une entrée en 2ème année.

**> Post-Bac+2** pour une intégration en 3ème année, sous réserve de maîtriser les fondamentaux.

**Le réseau EGC Business School bénéficie de « marqueurs » tels que :**

> Des méthodes **pédagogiques innovantes et ancrées dans les réalités** professionnelles : études de cas, business games, projets de création d’entreprise, et challenges en partenariat avec des entreprises locales.

> **Un parcours international** permettant aux étudiants de valider une expérience professionnelle de quatre mois à l’étranger, une opportunité rare dans le paysage éducatif français.

> **Une pédagogie centrée sur l’étudiant** grâce à des promotions à taille humaine, favorisant les échanges, un accompagnement personnalisé et des expériences professionnelles variées et différenciantes.

> Une **équipe pédagogique compétente et engagée**, composée d’intervenants reconnus pour leur expertise et leur disponibilité.

Ces atouts permettent aux étudiants de vivre pleinement l’entreprise tout au long de leur cursus, avec jusqu’à 12 mois de stages cumulés sur trois ans, afin de mieux appréhender les réalités du terrain et affiner leurs choix de carrière.

#### ****OBJECTIFS DU PROJET****

**> Notoriété** : positionner le réseau EGC Business School comme une référence nationale dans le domaine des business schools tout en affirmant sa propre identité.

**> Engagement et fidélisation** : renforcer le sentiment d’appartenance des étudiants, collaborateurs et alumni.

**> Acquisition** : augmenter les leads qualifiés des campagnes de recrutement.

#### ****CIBLES PRINCIPALES****

#### ****> Lycéens et bacheliers**** : principalement issus des baccalauréats généraux et STMG, ils recherchent une formation professionnalisante et accessible.

#### ****> Étudiants en réorientation**** : ceux qui, après un premier choix insatisfaisant, souhaitent intégrer un programme structuré et rapidement opérationnel.

#### ****> Parents et prescripteurs**** : jouant un rôle clé dans les décisions d’orientation, ils cherchent des garanties de qualité et de débouchés pour leurs enfants et élèves.

#### ****> Alumni et collaborateurs**** : acteurs stratégiques pour renforcer l’image de marque et entretenir le réseau professionnel.

#### ****PERIMETRE DE LA MISSION****

#### STRATEGIE DIGITALE

**> Élaboration d’une recommandation annuelle** pour promouvoir la marque EGC Business School.

**> Planification** : planning éditorial mensuel ou trimestriel.

**> Mise en œuvre** de la recommandation.

**> Reporting** régulier des performances et ajustements stratégiques.

#### PRODUCTION DE CONTENUS

**> Rédaction** adaptée aux cibles selon recommandation.

**> Création de supports** graphiques et vidéos, statiques ou animés…

**> Collaborer** étroitement avec **la Direction déléguée communication** et les membres de la **commission communication** de l’EGC Business School pour garantir une cohérence dans les messages et les actions mises en œuvre.

**> Collaboration avec les 22 campus** pour recueillir des informations et contenus locaux.

**> Suivi des prestataires** externes et gestion des parties prenantes.