

REPUBLIQUE DU
CAMEROUN
PAIX-TRAVAIL-PATRIE

UNIVERSITE DE YAOUNDE
II

ECOLE SUPERIEURE DES
SCIENCES ET TECHNIQUES
DE
L'INFORMATION ET DE LA
COMMUNICATION
(ESSTIC)



REPUBLIC OF CAMEROON
PEACE-WORK-
FARTHERLAND

UNIVERSITY OF YAOUNDE
II

ADVANCED SCHOOL
MASS COMMUNICATION
(ASMAC)



RAPPORT DE STAGE

**Stage effectué à ASCESE Yaoundé du 04
juillet au 14 octobre 2022**

Présenté en vue de l'obtention de la licence en Sciences et Techniques de
l'Information et de la communication

Option :

Publicité

Rédigé et soutenu par :

NDONGO Yannick

Sous l'encadrement professionnel de :

Mr Georges EDZOA

Année académique 2021-2022

Date de soutenance : novembre 2022

SOMMAIRE	i
REMERCIEMENTS.....	iii
ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES	iv
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION GENERALE D'ASCESSE CONSEIL.....	2
CHAPITRE 1 : CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE.....	3
SECTION 1 : DE LA CREATION A LA DEFINITION DES VALEURS DE L'ENTREPRISE	3
1. La création	3
2. Cadre de référence	4
a. Valeurs.....	4
b. Missions	4
c. Vision	4
d. Culture.....	4
e. Atouts.....	4
f. Les métiers	5
SECTION 2 : ORGANISATION ET PROCESS DE TRAVAIL D'ASCESSE.....	7
1. STRUCTURE FONCTIONNELLE	7
a. La direction	7
b. Les départements.....	7
i. Département création.....	8
ii. Département clientèle et du planning stratégique	8
iii. Un département administratif et financier.....	8
iv. Organigramme.....	9
2. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE	9
a. Approche méthodique de travail.....	9
i. Le planning stratégique	9
ii. La disruption au plan créatif.....	9
iii. Procès de travail	10
SECTION 3 : LA COMMUNICATION AU SEIN D'ASCESSE.....	11
1. COMMUNICATION INTERNE	11
2. LA COMMUNICATION EXTERNE	13
CHAPITRE II : OFFRES ET EXPERIENCES DE L'AGENCE.....	15
SECTION 1 : DOMAINE DE COMPETENCE.....	15
1. ATL (Abow The Line).....	15

2. BTL (Below The Line).....	15
SECTION 2 : LES REALISATIONS D'ASCESSE	16
SECTION 3 : LE PORTEFEUILLE CLIENT D'ASCESSE	19
CHAPITRE I : IMPREGNATION.....	21
SECTION 1 : ACCUEIL	21
SECTION 2 : QUELQUES REGLES DE L'AGENCE.....	22
1. HORAIRES DE TRAVAIL.....	22
2. ABSENCES ET RETARDS.....	22
3. SECRET PROFESSIONNEL	22
4. LA DISCIPLINE	23
CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES	23
Tâche 1 : La veille concurrentielle pour le compte du Groupe SABC (Société Anonyme des Brasseries du Cameroun).....	23
Tâche 2 : Prospection a l'occasion des 25 ans de mutations	25
Tâche 3: Fifa World Cup Trophy Tour.....	27
CHAPITRE I : BILAN DU STAGE	31
SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE	31
1. SUR LE PLAN PERSONNEL	31
2. SUR LE PLAN ACADEMIQUE ET PROFESSIONNEL.....	32
a. Volet académique.....	32
b. Volet professionnel	32
SECTION 2 : DIFFICULTES RENCONTREES.....	32
CHAPITRE II : REMARQUES ET SUGGESTIONS	34
SECTION 1 : REMARQUES.....	34
1. Remarques positives.....	34
2. Remarques négatives.....	34
SECTION 2 : SUGGESTIONS.....	35
CONCLUSION	37
BIBLIOGRAPHIE / WEBOGRAPHIE	38
LISTE DES ANNEXES	39

REMERCIEMENTS

La réalisation de notre rapport de stage a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui nous voulons témoigner toute notre gratitude.

Nous tenons tout d'abord à adresser toute notre reconnaissance au professeur Alice NGA MINKALA ; directeur de l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication qui ne ménage aucun effort pour nous fournir les outils nécessaires pour notre formation ;

Au professeur Laurent Charles BOYOMO ASSALA ancien directeur de l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication dont le suivi et l'encadrement ont contribué à la bonne qualité de notre formation ;

Ensuite nous remercions infiniment tous les enseignants de l'ESSTIC qui, de près ou de loin nous ont fourni les enseignements et outils nécessaires à la réussite de nos études universitaires.

Nous remercions également madame Mireille FOMEKONG responsable de l'Agence Conseil en Communication et Marketing ASCESE qui nous a accueilli au sein de sa structure.

Enfin, nous remercions infiniment toute notre famille en particulier madame NKOLO Angeline notre grande sœur qui n'a pas hésité à nous apporter son soutien tout au long de notre formation à l'ESSTIC.

ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

ABREVIATIONS

Épse : Épouse

Etc. : Etcétera

M. : Monsieur

Mme : Madame

Cf. : Confère

Créa : Création

Ed. : Edition

SIGLES

PME : Petites et Moyennes Entreprise

PPLV : Publicité et Promotion sur le lieu de Vente

RS : Réseaux Sociaux

SABC : Société Anonyme des Brasseries du Cameroun

SEMC : Société des Eaux Minérales du Cameroun

TPE : Très Petites Entreprises

UCB : Union Camerounaise des Brasseries

ATL: Above The Line

BTL: Below The Line

BVS: Bières Vins Spiritueux

DP : Directeur de Publication

GE : Grande Entreprise

PDV : Promotion de Vente

ACRONYMES

ACEP : Agence de Crédit pour l'Entreprise Privée

CRTV : Cameroon Radio télévision

Minsanté : Ministère de la santé

Minac : Ministère des arts et de la Culture.

SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

ESSTIC : École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication

ESCO : École spécialisée de Communication

GICAM: Groupement Inter patronal du Cameroun

INTRODUCTION

L'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC) est une école qui accorde une formation de trois ans à ses étudiants de toutes filières confondues. À la fin de chacune de ces années, elle convie ses étudiants à effectuer des stages académiques qui donnent suite à la rédaction d'un rapport de stage. L'objectif étant de leur permettre d'allier théorie et pratique et d'avoir une formation complète. Ainsi, parvenus en fin de formation et en vue de l'obtention du diplôme de licence professionnelle, ces étudiants sont appelés à effectuer des stages de participation d'une durée de trois mois. Conformément à cette recommandation, nous avons effectué notre stage académique au sein de l'agence conseil en communication et marketing Ascèse conseil. Celui-ci a duré trois mois, de la période allant du 04 juillet au 14 octobre 2022. En sa qualité d'agence conseil, elle offre des services en communication et marketing, événementiel et digital. Elle est à l'origine de bon nombres de campagnes ayant suscité notre admiration et le souhait de travailler avec cette dernière. Non seulement pour roder nos aptitudes, mais aussi pour acquérir des connaissances et des compétences pour mieux nous préparer au monde professionnel. Mieux encore, pour mettre en pratique nos connaissances acquises à l'école et avoir une meilleure connaissance de cette agence. En vue de rendre compte de manière fidèle et analytique les trois mois passés au sein d'Ascèse conseil, il nous semble logique de présenter préalablement l'agence conseil Ascèse, puis d'envisager le déroulement de notre stage et enfin les remarques et suggestions faites pour davantage l'aider à améliorer certains aspects négatifs. Sans oublier les nombreux apports que nous avons pu en tirer.

**PREMIERE PARTIE : PRESENTATION GENERALE
D'ASCESE CONSEIL**

Dans cette première partie de notre rapport de stage, les principaux axes qui seront abordés sont : prendre connaissance de l'entreprise (chapitre 1), présenter les services qu'offre l'agence et quelques travaux réalisés (chapitre 2).

CHAPITRE 1 : CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE

Une présentation de l'entreprise qui nous accueille nous semble essentielle. Ainsi pour maîtriser davantage l'environnement d'accueil, nous partirons de sa création pour aboutir à sa méthode de communication (interne et externe) en évoquant le process de travail.

SECTION 1 : DE LA CREATION A LA DEFINITION DES VALEURS DE L'ENTREPRISE

1. La création

Créée en 2006, Ascèse n'est pas une agence de plus mais l'agence qui se veut différente par son approche de la communication et du marketing. Ascèse, c'est une entreprise flexible à la hauteur des mutations du marché, qui possède toutes les qualités humaines et techniques pour mettre en place des stratégies de communication de haut niveau. Capitalisant 16 ans d'expérience dans le domaine du marketing et de la communication, l'agence maîtrise une méthode de travail qui fédère tous les métiers de la communication. Fondée et dirigée avec maestria par Mireille FOMEKONG, cette agence conseil compte en octobre 2022 deux agences dont l'une à Douala servant de siège social et l'autre à Yaoundé.

2. Cadre de référence

Selon Sophie TURPAUD Le cadre de référence : c'est l'ensemble d'idées, d'opinions, de valeurs propres à un individu (ou à un groupe) et en fonction duquel cet individu donne un sens à ce qu'il dit ou reçoit.

a. Valeurs

Une réputation fondée sur des principes tels que : **la transparence, l'éthique, la réinvention de soi, le culte de l'effort, la loyauté et l'honnêteté.**

b. Missions

Élaborer des solutions et outils adaptés au budget et au contexte client.

Être une force de proposition unique pour nos clients par notre capacité de réflexion et de création multidisciplinaire.

Toujours créer des idées nouvelles quelle que soit l'action : stratégie ou implémentation.

c. Vision

L'innovation est le fer de lance ; la rupture créative et le planning stratégique sont les principaux piliers sur lesquels s'appuie l'agence pour proposer des concepts innovants.

d. Culture

Professionalisme, Rigueur, la bonne humeur et la pro activité.

e. Atouts

Multiculturalisme, Personnel qualifié et la Logistique adéquate.

f. Les métiers

Les métiers de l'Agence ASCESE couvrent plusieurs disciplines du marketing et de la communication, notamment :

- ❖ La Stratégie
- ❖ Création publicitaire
- ❖ Médias (ATL, BTL) et Relation publique
- ❖ Trade Marketing
- ❖ Digital
- ❖ Evènementiel
- ❖ Conception et suivi production des supports

1- Fiche signalétique

DESIGNATIONS	INFORMATIONS
Logo	
Statut	Sarl
Raison sociale	ASCESSE CONSEIL
Slogan	Créateurs d'idées
Date de création	2006
Capital	2 000 000 FCFA
Domaine d'activité	Marketing, Communication, Digital, Événements, BTL
Siège social	Douala- Akwa, Boulevard de la liberté.
Gérant	Mme Mireille FOMEKONG DJOUDA
Adresse /Tel	(237) 233 43 11 45 / 233 42 19 78
Boite Postale	BP : 15470 D1a Cameroun
N° du contribuable	M010600019918C
E-mail	ascese.com@yahoo.fr
Site web	www.asceseconseil.com
Nombre d'employés	22

Tableau 1: Fiche Signalétique

SECTION 2 : ORGANISATION ET PROCESS DE TRAVAIL D'ASCESSE

1. STRUCTURE FONCTIONNELLE

L'Agence ASCESE bénéficie d'un bon maillage géographique, elle dispose :

- D'un siège dans le quartier des affaires à Douala précisément à Akwa-boulevard de la liberté, spécialisé dans la stratégie, l'ATL, la création publicitaire, les relations publiques, le digital.
- D'une filiale BTL, spécialisé dans le trade marketing et l'évènementiel.
- D'une représentation d'exception pluridisciplinaire à Yaoundé, capitale politique du Cameroun, plus précisément au quartier NKOLNDONGO.
- D'une filiale, ouverte juridiquement au Gabon et en cours d'ouverture officielle.

Son staff compte environ une vingtaine d'employés, permanents et non permanents :

a. La direction

Mme Mireille FOMEKONG qui est par ailleurs la fondatrice de l'agence, assure depuis 16 ans la direction d'ASCESSE. Sa mission est de gérer les activités quotidiennes de l'entreprise, de prendre les décisions finales et stratégiques quant à la bonne marche de l'entreprise. Elle a droit de regard sur la vie de l'entreprise et doit veiller à l'atteinte des objectifs définis. En tant que Senior Manager, c'est à elle que revient le dernier mot.

b. Les départements

L'agence compte trois principaux départements à savoir :

- ❖ Un département en charge du planning stratégique, également responsable du développement clientèle ;

- ❖ Un département création ;
- ❖ Un département administratif et financier ;

i. Département création

- Il compte à sa tête un chef de département
- Un concepteur rédacteur, qui conçoit les messages publicitaires à partir des axes définis par le planning stratégique
- Des directeurs artistiques 2D et 3D, qui traduisent au plan visuel, les messages publicitaires
- Des réalisateurs ou vidéastes, en charge des productions (spots TV, publipreportage)

ii. Département clientèle et du planning stratégique

- Il compte à sa tête un directeur de clientèle
- Un chef de publicité grand compte
- Des chefs de publicité
- Des assistants chefs de publicité
- Des stagiaires professionnels

iii. Un département administratif et financier

- Un chef de département administratif et financier
- Une chargée de mission auprès de la direction générale, également assistante direct du chef de département comptable

iv. Organigramme

Dirigée par une Senior Manager, **ASCESÉ** a construit sa réputation grâce à des équipes volontaires, jeunes, compétentes, pluridisciplinaires ; constamment recyclées et vivant dans une ambiance multiculturelle. (**Cf. Annexe N° 2**).

2. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

a. Approche méthodique de travail

L'approche méthodologique de travail est fondée sur la mise en partition de deux (2) « grandes écoles » du marketing et de la communication :

- ❖ Le planning stratégique comme approche marketing
- ❖ La disruption au plan créatif

i. Le planning stratégique

Le planning stratégique est une approche marketing qui met le consommateur au cœur de la stratégie marketing de la marque. Désormais, ce sont les habitudes de vie, de consommation, les cultures, etc... des consommateurs qui déterminent la planification et le déploiement de la marque. Cette méthode vise à déterminer les points de contact de la marque avec la cible.

Nous avons remarqué qu'ASCESÉ met en lumière la « voix du consommateur », pour « inspirer les idées créatives, qui découlent des insights consommateurs ». Les insights seront essentiellement tirés des publics par une enquête terrain.

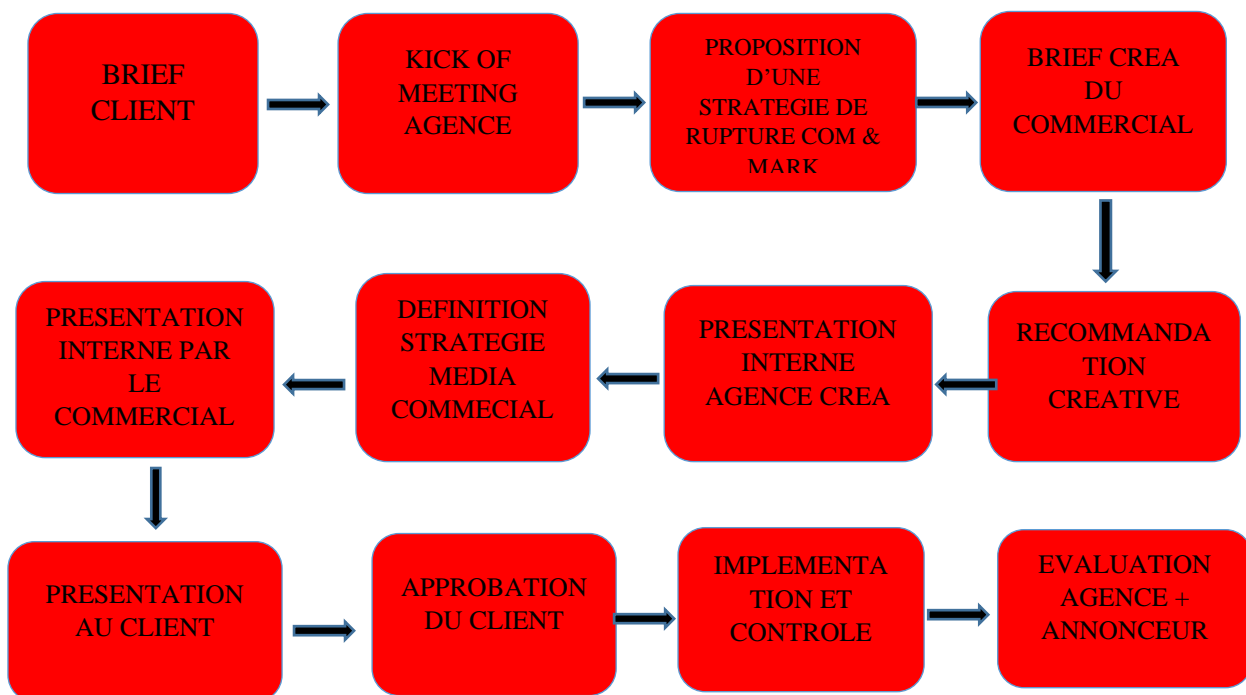
ii. La disruption au plan créatif

L'Agence ASCESÉ s'attelle à battre en brèche les idées reçues ; au moyen d'un triptyque :

- ❖ Repérer ce qui fige la pensée par les publics visés par le Projet
- ❖ La remettre en cause par une idée en rupture ; La Disruption
- ❖ Recadrer dans un sens donné à l'avance : La vision

iii. Procès de travail

Figure1 : process de travail de l'agence ASCESE



SECTION 3 : LA COMMUNICATION AU SEIN D'ASCESE

ASCESSE emploie de nombreux moyens de communication pour faire parvenir les messages à ses différents publics (public interne, public externe).

1. COMMUNICATION INTERNE

Entendu comme l'ensemble des actions de communication mises en œuvre au sein d'une entreprise à destination de ses employés, la communication interne est davantage un outil de mobilisation des collaborateurs. L'équipe d'ASCESSE communique en permanence à travers plusieurs moyens et outils mis en place. Ces moyens et outils sont les suivant :

❖ Le forum WhatsApp

Pratiquement incontournable de nos jours, le forum WhatsApp entre dans le système intranet de l'organisation. Le groupe WhatsApp nous permettait de travailler à distance et de faire parvenir le résultat de nos différentes tâches pour validation par le coordonnateur ou pour de nouvelles orientations nous contraignant à réajuster notre travail. C'était également une plateforme d'échange d'idée concernant les projets que nous avions à réaliser.

❖ Le mailing

Le courriel occupe une position dominante lorsqu'il s'agit de l'échange des fichiers devant être utilisés pour une création quelconque. On y échange des logos, des images et des visuels. Cela permet de travailler avec des fichiers dans toute leur netteté sans qu'ils n'aient à subir une quelconque dégradation.

❖ Le téléphone mobil

En effet, chaque service est doté d'un téléphone fixe permettant la communication entre services ; de plus chaque responsable a à sa disposition un smartphone/

téléphone professionnel grâce auquel il est directement joignable par la hiérarchie en cas d'indisponibilité.

❖ Les réunions

Elles sont instituées généralement à Douala par le Senior Manager madame Mireille FOMEKONG et à Yaoundé par le chef d'Agence monsieur Georges EDZOA. Elles se tiennent deux fois par semaine :

- En début de semaine (lundi) entre 9h et 12h

Elles consistent à faire le point sur les tâches de la semaine écoulée et sur les tâches de la semaine en cours.

- En fin de semaine (vendredi) entre 15h et 17h

Elles permettent de faire le bilan de la semaine c'est-à-dire faire le compte rendu des différentes tâches effectuées durant la semaine, des difficultés rencontrées, du travail qu'il reste à faire pour les tâches inachevées.

❖ Les rapports

Les rapports d'activité permettent de rendre compte en interne, de faire le point sur l'état d'avancement et de réalisation dans l'atteinte des résultats.

❖ Évènementiel « l'arbre de Noël »

Organisé pendant la période des fêtes de fin d'année, l'arbre de Noël est un événement rassemblant les employés d'Ascèse et leurs enfants. Organisé par le top management de l'agence, il permet de créer un sentiment d'appartenance chez l'employé et de le rapprocher davantage de l'entreprise.

❖ Le bouche à oreille

C'est un moyen utilisé au sein de la structure pour passer des informations directement aux personnes concernées. Il assure la communication interpersonnelle.

2. LA COMMUNICATION EXTERNE

Jouant un rôle fondamental pour son image et sa notoriété et le développement des parts de marché, la communication externe est l'ensemble des formes et processus de communication d'une organisation en vers le monde extérieur et ses différents publics cible. Ainsi pour communiquer avec ses différents publics externes ASCESE a recours à plusieurs moyens de communication. Il s'agit notamment de :

❖ Sur internet

- *Facebook* : ASCESE Conseil avec près de 1600 abonnés communique fortement sur ce réseau depuis 2014. Avec les contenus variés elle se sert de cette plateforme pour relayer ses actualités et animer la communauté.
- *LinkedIn* : Il est exclusivement professionnel, ce réseau lui permet de soumissionner à des appels d'offres et gagner des marchés. C'est un moyen de communication B to B.
- *Twitter* : ASCESE Conseil est présente sur Twitter depuis 2015, elle compte près de 700 followers. Ce réseau lui sert de vitrine pour ces activités et pour son actualité.
- *Site web* : accessible à travers « www.ascèceconseil.com », le site web est la plateforme officielle de l'entreprise, il permet d'assurer le volet institutionnel de l'agence. À cet effet en parcourant le site nous pouvons

Retrouver son historique, ses valeurs, son savoir-faire, ses références, l'équipe de travail et ses partenaires.

❖ L'incrustation logo

Généralement utilisée comme signature sur tous les supports de communication conçus par l'agence, elle est une forme de communication simple et efficace.

❖ La plaquette d'entreprise

C'est un outil utilisé principalement pour la prospection commerciale de l'agence. Il lui permet de mettre en avant l'entreprise et ses spécificités, et les services qu'elle met à disposition des clients.

CHAPITRE II : OFFRES ET EXPERIENCES DE L'AGENCE

Le présent chapitre nous permettra de mettre en lumière dans un premier temps les services qu'offre l'agence ASCESE et de présenter en second lieu quelques réalisations de l'agence et clients.

SECTION 1 : DOMAINE DE COMPETENCE

Regroupant un ensemble de métiers différents, l'agence conseil en communication et marketing ASCESE à comme activité globale le conseil en communication et marketing (BTL et ATL).

Ses prestations se déclinent sur le BTL et l'ATL.

1. ATL (Above The Line)

- ❖ Digital
- ❖ Conseil media (plan media et achat d'espace)
- ❖ Branding
- ❖ Construction et gestion des marques
- ❖ Création et gestion des supports médias

2. BTL (Below The Line)

- ❖ Marketing direct/gestion activités promotionnelles
- ❖ Organisation et gestion évènementiel
- ❖ Signalétique
- ❖ Street marketing
- ❖ Activation des points de vente
- ❖ Promotion
- ❖ Evènementiel

SECTION 2 : LES REALISATIONS D'ASCESSE

À ce niveau il sera question pour nous de répertorier quelques campagnes réalisées par l'agence ASCESE.



Annonceur : BICEC

Secteur d'activité : BANQUE

Nom de la Campagne : « la BICEC change pour mieux vous accompagner »

Période de la campagne :

La campagne en bref : campagne orchestrée pour dévoiler la nouvelle identité de la banque



Annonceur : AREA ASSURANCES

Secteur d'activité : Assurance

Nom de la Campagne : « la confiance fait mieux vivre avec AREA Assurances »

Période de la campagne : novembre 2020 à janvier 2021

La campagne en bref : campagne produit orchestrée pour développer la notoriété du produit et de l'institution.



Annonceur : MAYOR

Secteur d'activité : agroindustriel

Nom de la Campagne : « elle mousse comme le savon MAYOR »

Période de la campagne : du 30 décembre 2020 au 30 Juillet 2021

La campagne en bref : campagne d'entretien



Annonceur : SABC

Secteur d'activité : agroalimentaire

Nom de la Campagne : « le groupe SABC, c'est vous »

Période de la campagne : du 30 décembre 2020 au 30 Juillet 2021

La campagne en bref : campagne d'entretien



Annonceur : OLAM RICE

Secteur d'activité : agroalimentaire

Nom de la Campagne : « Parce qu'elles sont exceptionnelles, chaque maman mérite en kdo un bijou »

Période de la campagne : du 30 décembre 2020 au 30 Juillet 2021

La campagne en bref : campagne digitale Riz bijou

SECTION 3 : LE PORTEFEUILLE CLIENT D'ASCESSE



DEUXIEME PARTIE: DEROULEMENT DU STAGE

Dans cette deuxième partie, nous allons faire part de notre imprégnation au sein de l'agence et les règles qui nous ont été données d'une part (chapitre 1). D'autre part, nous présenterons l'ensemble des tâches effectuées durant tout notre stage (chapitre 2).

CHAPITRE I : IMPREGNATION

Nous trouvons essentiel de commencer par vous faire part de notre accueil au sein de la structure et de l'ensemble des règles à suivre et à respecter durant notre période de stage.

SECTION 1 : ACCUEIL

Il était exactement 8h du matin le lundi 04 juillet 2022 lorsque nous sommes arrivés dans les locaux d'Ascèse Yaoundé sis à SIANTOU NKOLDONGO, débordant d'enthousiasme. Nous y avons trouvé madame Nathalie AGOUME, Directrice des affaires financières. Après s'être présentée, elle nous a appelé à faire autant. Civilités faites, il nous a été demandé de patienter quelques instants question d'être reçu par monsieur Georges EDZOA, chef de l'agence ASCESE Yaoundé. Sensiblement une heure après, nous avons été appelés à nous présenter dans le bureau monsieur EDZOA en compagnie de trois autres stagiaires, sous l'orientation de madame Nathalie AGOUME. À notre arrivé, nous avons une fois de plus été appelé à nous présenter. Monsieur EDZOA s'est présenté et nous a souhaité la bienvenue au sein de la structure Ascèse. Il a repassé la parole à chacun d'entre nous l'objectif étant de cerner nos différentes attentes par rapport à ce stage. L'exercice étant terminé, le responsable d'agence nous a entretenu en faisant une présentation de l'agence et son fonctionnement. Sans tarder, nous avons été sollicités pour travailler sur la veille concurrentielle du Groupe SABC : il s'agissait selon ses propos de « la bienvenue ».

SECTION 2 : QUELQUES REGLES DE L'AGENCE

1. HORAIRES DE TRAVAIL

Les horaires hebdomadaires de travail sont les suivantes :

Pour l'ensemble du personnel d'ASCESSE à l'exception des gardiens et consultants pour lesquels les horaires de travail sont fixés selon leurs périodes de travail. L'horaire de travail est fixé comme suit :

- ❖ Lundi à vendredi : 8h30 à 18h00
- ❖ Une pause de 01 heure par jour dans la tranche horaire 12h00 à 14h00 (12-13H ou 13h-14h).

Tout retard devrait être considéré à partir de 8H15min.

2. ABSENCES ET RETARDS

Les travailleurs sont tenus d'être en poste aux heures d'ouvertures indiquées ci-dessus et ne doivent pour aucun motif quitter leur poste de travail sans autorisation préalable. Les retardataires doivent se présenter dès leur arrivés auprès de la hiérarchie pour faire connaître les motifs de leur retard. Les retards ou absences injustifiées feront l'objet de sanctions. En cas de maladie non professionnelle, le travailleur malade devra prévenir immédiatement la Direction.

3. SECRET PROFESSIONNEL

Les travailleurs sont tenus au respect du secret professionnel pendant et après la durée du contrat dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

Ils s'engagent donc à observer et à ne point divulguer le secret sur le fonctionnement et les activités spécifiques d'ASCESSE.

4. LA DISCIPLINE

Les travailleurs doivent observer les dispositions du présent Règlement Intérieur ainsi que toutes autres instructions à caractère disciplinaire reçues de son supérieur hiérarchique ou de son employeur.

Ils doivent également observer les règles d'hygiène et de sécurité au travail.

Le refus de porter un dispositif de sécurité est considéré comme une faute lourde et sanctionné comme tel.

(Source : livret d'accueil de ASCESE)

CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES

Il s'agira de présenter dans ce chapitre les différentes activités que nous avons effectuées durant notre séjour au sein de l'agence. Ces dernières sont en corrélation non seulement avec la communication et le marketing mais aussi avec d'autres domaines complémentaires.

Tâche 1 : La veille concurrentielle pour le compte du Groupe SABC (Société Anonyme des Brasseries du Cameroun)

Description de l'activité : La veille concurrentielle est l'activité en grande partie itérative qui vise à une surveillance active de l'environnement, qu'il soit technologique ou commercial, des acteurs ou nouveaux entrants pour en anticiper les évolutions de façon stratégique. Prenant appui sur cette définition, toutes grandes entreprises évoluant dans un milieu concurrentiel sont appelées à faire usage de cette outil stratégique du marketing. C'est sans doute la raison pour laquelle le Groupe SABC, en confiant le volet institutionnel de sa communication

à l'agence ASCESE, a également souhaité que la veille soit une activité majeure dans l'exécution de cette tâche.

Tâches effectuées : Nous avons été briefés sur les articulations majeures et sur la méthode de travail de l'agence. Par la suite nous avons procédé a :

❖ L'identification des concurrents du client

A ce niveau il était question pour nous d'identifier tous les concurrents de notre client qui n'est autre que le Groupe SABC à savoir : Sofavinc (société de fabrication de vins du Cameroun), UCB, BVS, Source du pays, Diageo, SANO etc. Cette étape passée, il a été attribué à chacun de nous un concurrent du client. De ce fait nous avons comme objet d'étude l'entreprise UCB.

❖ La quête des informations sur les concurrents

Afin de recueillir les informations sur la concurrence nous avons trois méthodes. La première consistait à faire le tour des plateformes digitales (page Facebook, compte Instagram et tweeter) afin d'avoir l'actualité de nos concurrents ainsi que celle de ses marques. Pour la seconde méthode, il était question de nous rendre dans les différents points de ventes (PlaYce market, Dovv, Santa Lucia, Mahima, Casino) afin d'observer les différentes promotions de la concurrence et prêter attention à toute communication des produits concurrents (les médias affichages, presse écrite et TV). La troisième méthode consistait à contacter nos connaissances exerçantes ou non pour le compte des concurrents du Groupe SABC dans le but de recueillir des informations cruciales sur les actions à venir.

❖ La rédaction d'un rapport

A la fin de chaque mois, nous étions appelés à rédiger un rapport général ou nous nous sommes particulièrement investis à rédiger : le focus du moi c'est-à-dire l'actualité la plus en vue du moi dans l'environnement brassicole, les recommandations, rendre compte de l'activité des concurrents et poser un regard

panoramique sur l'actualité du groupe SABC. Le rapport était relu par le chef d'agence monsieur EDZOA qui l'envoyait à l'agence mère à Douala puis s'acheminait ensuite à l'annonceur qui n'est autre que le Groupe SABC.

Difficultés rencontrées : nous notons en termes de difficulté, le manque récurrent de connexion internet pour certaines recherches et l'absence d'un budget alloué pour les différentes descentes sur le terrain.

Tâche 2 : Prospection à l'occasion des 25 ans de mutations

Description de l'activité : 25 ans que le premier quotidien privé camerounais fait le peloton de tête dans l'industrie de l'information. Ce malgré un contexte austère et difficile pour l'industrie de la presse dans son ensemble, et pour la presse privée en particulier. La crise de la covid-19 est venue aggraver une situation économique et financière des plus précaires. Lors de la célébration des 20 ans préemptant cette situation économique et financière, le journal mutation avait organisé une réflexion sur la refondation du journal et surtout la réinvention d'un nouveau modèle économique. Plus que jamais confronté à des difficultés financières de fond, le journal doit réinventer son modèle économique et surtout attirer de nouveaux investisseurs. Raison pour laquelle l'organe de presse a bien voulu que l'agence conseil Ascèse l'accompagne dans la prospection et le suivi des dossiers marketing.

Tâches effectuées : Nous avons été briefés sur les articulations majeures et sur la méthode de travail de l'agence. Une fois cela fait, nous avons effectués comme tâches :

❖ Localisation des sièges des structures à prospecter

Une fois les dossiers marketing et les lettres de sponsoring qui étaient élaborés à l'agence de Douala arrivaient dans nos locaux à Yaoundé il était question pour nous d'identifier les différentes localisations des sièges sociaux ou les représentations des investisseurs dont nous avons reçu les dossiers. Après localisation, nous étions appelés à nous rendre dans les locaux des investisseurs pour dépôt des dossiers marketing, ici il était question pour nous de prospecter et de rentrer avec le contact d'un responsable de la cellule marketing pour le suivi des dossiers et les relances.

❖ Relance et suivi des dossiers

Deux semaines après dépôts des dossiers dans les différentes structures, nous entamions les relances, ici il était question pour nous de suivre nos dossiers afin de savoir à quel niveau ils en étaient. Les relances se faisaient de deux manières, d'abord par mail, nous envoyions un mail au compte de la structure, si retour n'était pas fait nous procédions alors par la deuxième méthode qui était celle par appel téléphonique à l'aide des numéros des responsables marketing des structures que nous relevions lors de la prospection afin d'être mieux édifiés sur l'avancement des dossiers.

❖ Rédaction des rapports

A la fin de chaque semaine précisément chaque vendredi, nous étions chargés de produire un rapport qui était intitulé « *Rapport de prospection à l'occasion des 25 ans de mutations* », dans ce rapport nous étions appelés à faire l'état des lieux de l'avancement des travaux, il était question de lister les structures déjà prospectées, les structures encore à prospecter et les structures ayant répondu aux relances. Ledit rapport était remis à monsieur EDZOA le chef d'agence, ce qui lui permettait d'avoir une idée claire sur l'avancement du projet.

Difficultés rencontrées : nous notons en termes de difficulté, la mauvaise organisation du travail, en effet l'agence mère qui est à Douala nous envoyait les dossiers sans référence, nous étions obligés de faire nos propres recherches pour trouver les localisations des structures à prospecter. Parfois après recherche, nous nous rendions compte que plusieurs structures donc nous avions reçu les dossiers étaient hors de la ville, certaines structures étaient dans les villes tels que Maroua, Bertoua et d'autres à Douala, nous étions alors appelés à renvoyer ses dossiers à Douala. Nous notons aussi comme difficulté l'absence de connexion internet, nous stagiaire étions parfois appelés à user de nos propres moyens pour faire des recherches sur internet afin de trouver les localisations des structures à prospecter ce qui n'était pas toujours chose facile. Comme autre difficulté nous notons le mauvais référencement de Google, en effet n'ayant reçu aucun support nous permettant de localiser les structures à prospecter, nous étions obligé de nous référer à Google dont les résultats des recherches n'étaient pas toujours exacte, en effet il arrivait parfois que Google nous donne une localisation d'une structure et arrivé au lieu indiqué nous ne trouvions pas la structure. Enfin comme dernière difficulté nous notons l'insuffisance du budget alloué pour les différentes descentes sur le terrain.

Tâche 3 : Fifa World Cup Trophy Tour

Description de l'activité : Comme avant chaque début de coupe du monde, la FIFA a pour tradition de faire le tour des pays qualifiés pour ladite compétition avec le trophée de la coupe du monde, cette année l'évènement était entièrement sponsorisé par le géant Coca-Cola. Le Cameroun étant parmi les pays qualifiés à cette prestigieuse compétition internationale, était appelé à recevoir le trophée du 8 au 9 Septembre 2022. C'est dans cette optique que l'agence Ascèse conseil a été sollicité pour l'accompagnement ce grand évènement.

Tâches effectuées : comme à l'accoutumé pour un travail au sein de l'agence conseil Ascèse, nous avons eu une séance de brainstorming avec le chef d'agence Mr Georges EDZOA, ce dernier a été meublé par la description du projet, les attentes de l'annonceur et du travail à fournir par l'agence.

❖ Identification, proposition et visites des sites

Ici il était question pour nous d'identifier et de proposer des sites pouvant servir pour le déroulement de l'évènement. Pour le site de la présentation du trophée aux populations nous avons proposé le stade Ahmadou Ahidjo et le palais polyvalent des sports, Pour les sites devant servir pour la conférence et le déjeuner de presse nous avons proposé l'hôtel Hilton et l'hôtel mont Febe. Après identification, nous sommes passés aux visites desdits sites, nous avons effectués des descentes sur les sites question de les comparer et de choisir les meilleurs pour le déroulement de l'évènement. Après études comparative des différents sites avec le chef d'agence Mr EDZOA, nous avons retenu l'hôtel Hilton pour la conférence et déjeuner de presse et le palais polyvalent des sports pour la cérémonie de présentation du trophée aux populations.

❖ Proposition de branding des sites

Il était question pour nous ici de faire des propositions de branding des différents sites ayant été retenu pour le déroulement de l'évènement aux couleurs du sponsor coca-cola. Notamment l'aéroport international de Yaoundé-Nsimalen où l'avion ayant à son bord le trophée allait atterrir, l'hôtel Hilton où devait se tenir la conférence et déjeuner de presse et enfin le palais polyvalent des sports où la cérémonie de présentation du trophée devait avoir lieu. Après réflexion, nous avons fait part de nos proposition du branding à Mr EDZOA qui ajoutait du sien et envoyait le résultat de nos proposition à l'agence mère à Douala.

❖ Recrutement d'hôtesses

Pour le compte de l'évènement, nous avons participé au recrutement des hôtesses devant être déployées dans les différents sites, nous étions chargé de recevoir les candidates, prendre leurs dossiers, les auditionner, étudier leurs dossiers et sélectionner celles qui répondaient aux critères exigés par l'agence et à la fin faire un rapport de recrutement à l'intérieur duquel on mettait dossiers et photos des hôtesses et le remettions a Mr EDZOA.

Difficultés rencontrées : nous notons en termes de difficulté rencontrées durant cette tâche, l'insuffisance du budget alloué pour les descentes sur le terrain, l'absence de crédit de communication ce qui nous ralentissais avec l'avancer du travail notamment au niveau du recrutement des hôtesses car nous étions appelé à les contacter.

❖ Réunion de négociation sur le terrain

Durant la préparation de l'évènement, nous avons eu la chance d'accompagner régulièrement Mr Georges EDZOA chef d'agence d'Ascèse Yaoundé à d'importantes réunions de négociation sur le terrain, nous avons notamment assisté à une réunion au palais des sports avec le directeur de ladite structure. Réunion dont l'enjeu était les négociations sur la location du palais des sports, site ou devait se tenir l'évènement de présentation du trophée. Nous avons également assisté à une importante réunion avec le directeur de la société de sécurité G4S dans leur siège a bastos, cette rencontre avait pour objectif de parler du volet sécurité durant l'évènement, en effet ladite structure avait été choisi pour gérer la sécurité lors de l'évènement. Durant ces importantes réunions, nous avons pour rôle d'assister Mr Georges dans les négociations, de relever les grands axes et de produire un rapport.

TROISIEME PARTIE : EVALUATION DU STAGE

Il sera question dans cette partie de présenter ce que nous avons appris au cours de ce stage .il sera également question de relever les éléments n'ayant pas facilités notre déploiement durant ces trois mois passés au sein d'ASCESSE .Enfin, quelques suggestions seront faites.

CHAPITRE I : BILAN DU STAGE

Notre séjour au sein de l'agence conseil ASCESE nous a à coup sûr été très bénéfique sur plusieurs aspects.

SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE

Ce stage d'imprégnation nous a beaucoup apporté tant sur le plan personnel, académique et professionnel.

1. SUR LE PLAN PERSONNEL

Sur le plan personnel ce stage nous a permis :

- ❖ De mieux comprendre comment se comporter en agence ;
- ❖ De développer notre capacité d'écoute ;
- ❖ De développer le sens du travail en équipe ;
- ❖ D'être objectif dans tout ce que l'on fait ;
- ❖ De développer la ponctualité, le dynamisme, et l'ouverture d'esprit ;
- ❖ De croire davantage à nous ;

2. SUR LE PLAN ACADEMIQUE ET PROFESSIONNEL

Notre stage à ASCESE nous a également été d'un apport tant sur le plan académique que sur le plan professionnel.

a. Volet académique

Académiquement parlant, notre séjour à ASCESE a été d'un grand apport.

En effet, il nous aura permis de répondre à l'exigence de l'école d'effectuer un stage de participation dans une agence conseil pour l'obtention d'une licence en communication option publicité.

De plus, nous a mis dans des situations favorables à la mise en pratique de certains enseignements théoriques reçus durant notre formation. Sans toutefois omettre qu'il a à coup sûr contribué à l'amélioration de nos connaissances.

b. Volet professionnel

Parlant de l'aspect professionnel, ce stage est une expérience de plus que nous avons acquise et nous permettra de mieux se déployer sur les projets avenir grâce aux nouvelles compétences. Par la même occasion, nous avons pu agrandir notre carnet d'adresses et nos capacités à travailler sous pression et dans les délais.

SECTION 2 : DIFFICULTES RENCONTREES

Bien que ce stage ait été bénéfique pour nous tant sur le plan personnel, académique et professionnel, nous ne serons dire qu'il s'est déroulé uniquement dans les parfaites conditions. Ainsi nous avons fait face à de nombreuses difficultés que nous trouvons juste de présenter.

- ❖ L'une des plus grandes difficultés était l'adaptation, car nous avons constaté que ce qui se pratiquait sur le terrain pouvait être différent des cours théoriques appris à l'école. Que les technique et angles d'approches pour aboutir à un résultat peuvent être différents.
- ❖ Bien que nous étions impliqué dans plusieurs tâches au sein de l'agence, nous n'avions pas toujours l'opportunité de voir la concrétisation des projets ou parfois le document final, ce qui nous dérangeais car nous étions venu avec la soif d'apprendre, mais nous nous disions que c'était sans doute les secrets d'entreprise.
- ❖ Le temps de stage était pour nous un réel défi à braver chaque jour, car nous étions au stage de 8h à 18h30. Ce qui était parfois compliqué pour nous qui vivions loin du lieu de stage car nous étions obligé de sortir tôt pour éviter les longue file d'attente pour avoir un taxi et éviter les embouteillages sur la route. Et quand nous terminions le stage, c'était pratiquement vers 20h que nous arrivions à la maison et il fallait encore travailler pour essayer d'avancer sur nos travaux de fin de formation aussi tôt rentré. Faire des recherches si nous avons un travail à rendre le lendemain, chose pas toujours facile bien que ça nous formait à être dans le monde professionnel qui est très compétitif et nécessite beaucoup de travail et peut de sommeil.
- ❖ La rigueur du chef d'agence qui parfois nous demandait de recommencer un travail à zéro à la fin des heures de travail, ce qui nous faisais souvent rester au bureau au-delà des heures prévus.

CHAPITRE II : REMARQUES ET SUGGESTIONS

SECTION 1 : REMARQUES

1. Remarques positives

Tout au long de notre séjour à ASCESE, nous avons pu relever quelques aspects qui ont suscité notre admiration notamment :

❖ Le travail en équipe

Très importantes en agence, les *meeting* et séances de *brainstorming* étaient des moyens de réflexions en équipe qui permettaient à tout un chacun de proposer des idées afin de ne retenir que celles qui fussent pertinentes. Ce qui nous permettait de nous sentir impliqué.

❖ Notre implication dans toutes les activités de l'agence

Dès notre arrivée à l'agence nous avons été directement impliqués dans l'exécution des tâches en cours. Ce principe de travail a été appliqué durant tout notre séjour en agence. Ce qui justifie notre intégration dans les projets aussi divers que variés décrits plus haut.

2. Remarques négatives

Parvenus au terme de notre stage, nous ne pouvons pas dire que nous n'avons pas rencontré des difficultés durant notre séjour dans cette agence. Nous avons connu quelques petites difficultés. Parmi elles, nous pouvons citer :

❖ Les méthodes et consignes divergentes des encadreurs

Quelques fois nous nous retrouvions face à des consignes de travail divergentes venant de nos encadreurs compte tenu du manque de collaboration de leur part en

amont. Au vu de ce manque constant de collaboration il nous arrivait d'effectuer des taches en doublon de peur de nous retrouver dans une mauvaise posture.

❖ Manque de matériel

Le manque de matériel technique voire didactique était un frein pour l'exécution de certaines activités. En effet il n'y avait pas de Wifi à notre disposition de manière permanente pour les tâches de recherches qu'on avait à faire, il fallait de ce fait prévoir un budget quotidien pour les frais de connexion internet. Il nous manquait également au sein de l'agence, une imprimante et ou une photocopieuse pour des travaux qui nécessitaient des impressions. De plus certains appareils nécessitaient une maintenance.

❖ Le retard des réunions

Les réunions que les coordonnateurs fixaient hebdomadairement ne débutaient pas toujours dans les délais arrêtés. Ces retards avaient des répercutions sur les activités d'entreprise. Pour rattraper ce temps il fallait travailler rapidement et sous pression.

SECTION 2 : SUGGESTIONS

Au vue des quelques remarques négatives relevées, il nous revient maintenant d'apporter notre contribution à travers des suggestions :

❖ Equiper le bureau avec le matériel technique et didactique

Le but étant de donner aux personnels les moyens de maximiser le rendement et d'automatiser le travail enfin d'éviter les pertes de temps inutile. Il est nécessaire que la direction puisse mettre les moyens en œuvre afin d'équiper dans la mesure du possible ses services.

❖ Etablir un planning d'activité et le respecter

Le respect des heures de réunion serait bénéfique pour l'entreprise. Il permettra une communication interne à temps et la planification des échéances dans le strict respect des délais.

❖ Plus de collaboration dans le personnel

Nous suggérons humblement que le personnel puisse dorénavant s'accorder sur la méthodologie à adopter pour l'exécution de certaines tâches afin d'éviter les pertes de temps et des désagréments.

CONCLUSION

En résumé, il était question pour nous à travers le présent rapport, de présenter un récapitulatif de notre stage de participation effectué au sein de l'agence conseil Ascèse. Un stage dont l'objectif était de s'impliquer et de participer aux différentes activités de l'entreprise. La présentation de la structure d'accueil à travers son historique, son cadre de référence, sa présentation physique et administrative a été faite. Ensuite nous avons retracé le déroulement de notre séjour professionnel en entreprise.

Au sortir de cette phase d'apprentissage, nous constatons que notre expérience professionnelle s'en sort grandie et notre connaissance des réalités du métier enrichie . De plus, notre stage nous a permis d'acquérir une meilleure connaissance du fonctionnement d'une agence conseil. Nous avons également fait quelques remarques au sein de la structure ; des suggestions ont été faites à cet effet. En outre, nous avons pu être édifiés sur les règles qui régissent la vie en milieu professionnel. Ainsi, assiduité, disponibilité, respect de la hiérarchie, travail sous pression, recherche permanente pour ne citer que celles-là sont autant de valeurs à cultiver pour un service de qualité. Enfin, nous tenons à exprimer notre grande satisfaction d'avoir travaillé et d'être encadré par des personnes qui n'ont pas hésitées à nous confier des taches très importantes malgré notre statut de stagiaire et dans des conditions favorables à l'apprentissage.

BIBLIOGRAPHIE / WEBOGRAPHIE

Ouvrages

- Henri Joannis, Virginie de BARNIER, De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod, Paris 2005.

Sites web

- www.asceseconseil.com consultés le 17 aout 2022 à 10h
- www.digiscool.com consultés le 24 juillet 2022 à 18h30

Rapport de stage

- Rapport de stage Ndo'O Ndongo Jean Paul, CBM Stratégie, 2021
- Rapport de stage TSABAG Marie Yolande, ASCOM, 2020
- Rapport de stage Landry Donald NGON, ASCESE, 2021
- Rapport de stage NAMA NKODO Philippe, IBOGA, 2020

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE1 : Organigramme de l'entreprise

ANNEXE2 : Déploiement lors de la veille concurrentielle du Groupe SABC

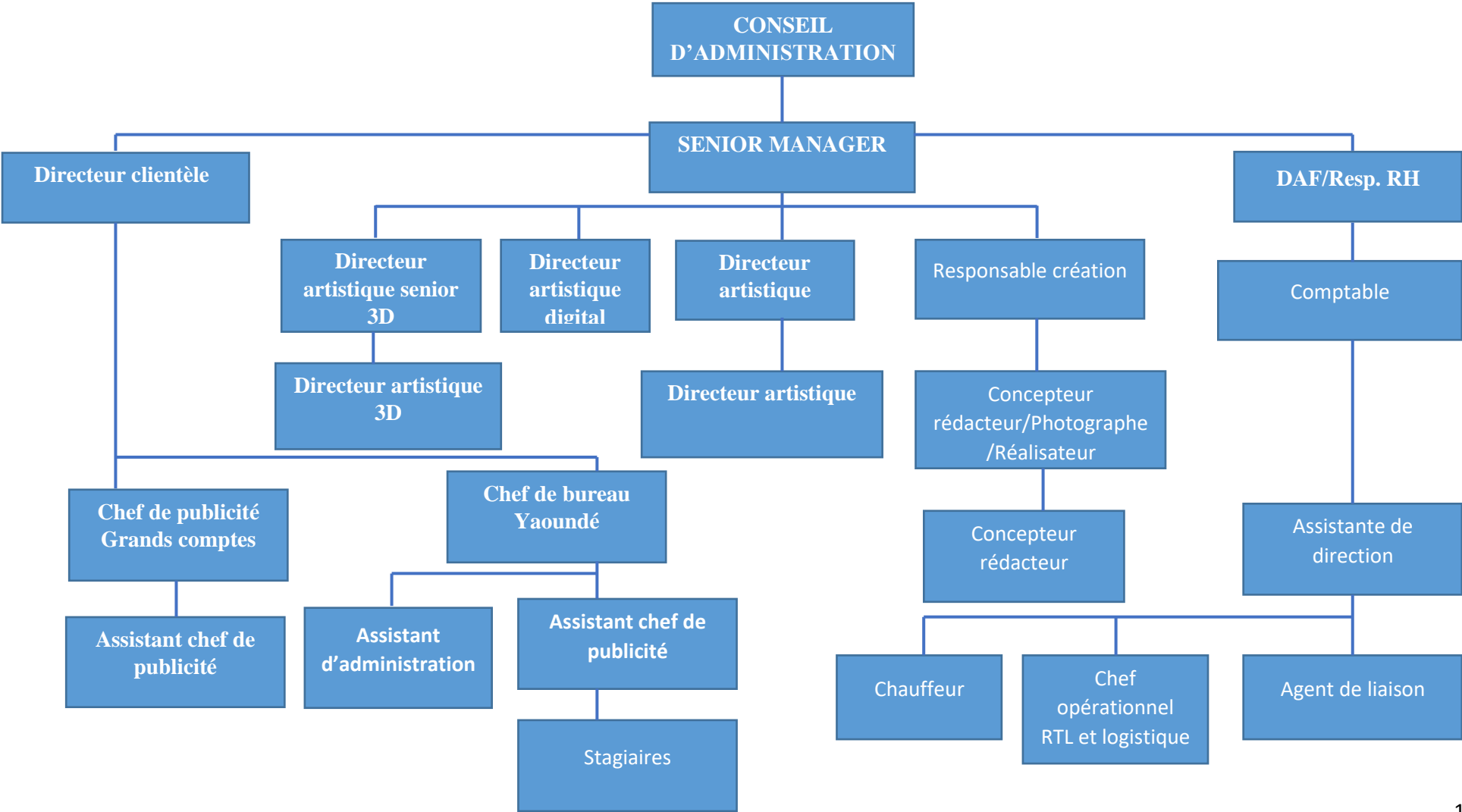
ANNEXE3 : Déploiement lors de la prospection a l'occasion des 25 ans du quotidien mutation

ANNEXE4 : Déploiement lors de la visite du site devant accueillir la Fifa World Cup Trophy Tour

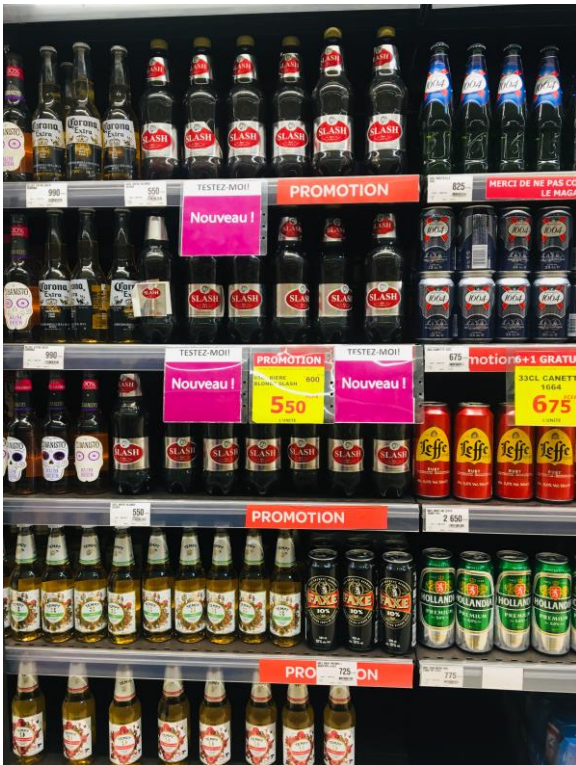
ANNEXE5 : Déploiement lors de la préparation de l'évènement Fifa World Cup Trophy Tour

ANNEXE1 : Attestation de fin de stage

ANNEXE2 : Organigramme de l'entreprise



ANNEXE3 : Déploiement lors de la veille concurrentielle du Groupe SABC



ANNEXE4 : Déploiement lors de la prospection a l'occasion des 25 ans de Mutations



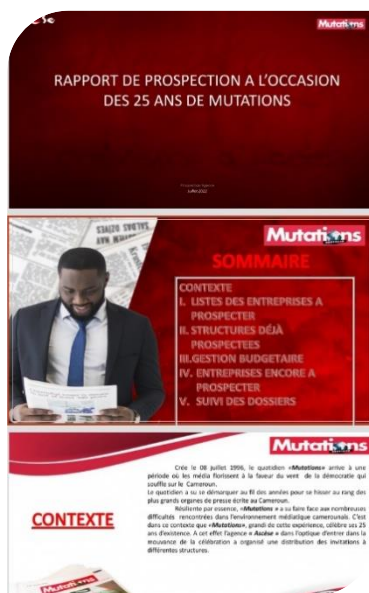
Liste des structures prospectées et relancées pour le compte du quotidien mutations

Logo	Nom de l'organisme
	1- UNION AFRICAINE (UA)
	2- UNION EUROPEENNE (UE)
	3- PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DEVELOPPEMENT (PNUD)
	4- AGENCE D'AIDE A LA COOPERATION TECHNIQUE ET AU DEVELOPPEMENT (ACTED)
	5- ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL (OIT)
	6- ONU FEMMES
	7- BANQUE AFRICAINE DE DEVELOPPEMENT (BAD)
	8- UNICEF

Logo	Nom de l'organisme
	9- UNESCO
	10- ACTION POUR LA PAIX ET LE DEVELOPPEMENT (APA)
	11- ACTION FOR PEACE AND DEVELOPMENT (APA)
	12- CELLULE D'APPUI AU DEVELOPPEMENT PARTICIPATIF ET INTEGRE (CADEP)
	13- ACTION LOCALE POUR LE DEVELOPPEMENT PARTICIPATIF ET AUTOGERE (ALDEPA)
	14- ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA FRANCOPHONIE (OIF)

Logo	Nom de l'organisme
	15- BANQUE DE DEVELOPPEMENT DES ETATS DE L'AFRIQUE CENTRALE (BDEAC)
	16- ASSOCIATION POUR LE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE ET SOCIAL (ADES)
	17- SERVICE D'APPUI AUX INITIATIVES LOCALES DE DEVELOPPEMENT (SAILD)
	18- AGENCE FRANÇAISE DE DEVELOPPEMENT (AFD)

Rapport final de prospection pour le compte du quotidien mutations



ANNEXE5 : Déploiement lors de la visite du site devant accueillir la Fifa World Cup Trophy Tour



ANNEXE6 : Déploiement lors de la préparation de l'évènement Fifa World Cup Trophy Tour



TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	iii
ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES	iv
INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION GENERALE D’ASCESSE CONSEIL	2
CHAPITRE 1 : CONNAISSANCE DE L’ENTREPRISE	3
SECTION 1 : DE LA CREATION A LA DEFINITION DES VALEURS DE L’ENTREPRISE	3
1. La création	3
2. Cadre de référence	4
SECTION 2 : ORGANISATION ET PROCESS DE TRAVAIL D’ASCESSE	7
1. STRUCTURE FONCTIONNELLE	7
2. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE	9
SECTION 3 : LA COMMUNICATION AU SEIN D’ASCESSE	11
1. COMMUNICATION INTERNE	11
2. LA COMMUNICATION EXTERNE	13
CHAPITRE II : OFFRES ET EXPERIENCES DE L’AGENCE	15
SECTION 1 : DOMAINE DE COMPETENCE	15
1. ATL (Abov The Line)	15
2. BTL (Below The Line)	15
SECTION 2 : LES REALISATIONS D’ASCESSE	16
SECTION 3 : LE PORTEFEUILLE CLIENT D’ASCESSE	19
CHAPITRE I : IMPREGNATION	21
SECTION 1 : ACCUEIL	21
SECTION 2 : QUELQUES REGLES DE L’AGENCE	22
1. HORAIRES DE TRAVAIL	22
2. ABSENCES ET RETARDS	22
3. SECRET PROFESSIONNEL	22
4. LA DISCIPLINE	23
CHAPITRE II : LES TACHES EFFECTUEES	23
Tâche 1 : La veille concurrentielle pour le compte du Groupe SABC (Société Anonyme des Brasseries du Cameroun)	23
Tâche 2 : Prospection a l’occasion des 25 ans de mutations	25
Tâche 3 : Fifa World Cup Trophy Tour	27

CHAPITRE I : BILAN DU STAGE	31
SECTION 1 : LES APPORTS DU STAGE	31
1. SUR LE PLAN PERSONNEL	31
2. SUR LE PLAN ACADEMIQUE ET PROFESSIONNEL.....	32
SECTION 2 : DIFFICULTES RENCONTREES	32
CHAPITRE II : REMARQUES ET SUGGESTIONS	34
SECTION 1 : REMARQUES.....	34
1. Remarques positives.....	34
2. Remarques négatives.....	34
SECTION 2 : SUGGESTIONS	35
CONCLUSION.....	37
BIBLIOGRAPHIE / WEBOGRAPHIE	38
LISTE DES ANNEXES	39
TABLE DES MATIERES	6