



Dessiner la Mission Locale de Demain

Etude marketing et communication

Mission Locale de Rouen

Stratégie marketing sur l'offre de service de la ML de Rouen

La problématique

- Dessiner « la mission locale de demain » en améliorant la visibilité mais aussi le ciblage de ses services ;
- Améliorer la visibilité et la complémentarité de la Mission Locale sur son territoire d'intervention, en tant qu'entité, mais aussi pour ses antennes ;
- Renforcer son positionnement global (ses spécificités) et sa valeur ajoutée propre par rapport aux autres acteurs du secteur (et notamment de Pôle Emploi) ;
- Mieux toucher ses publics et mieux accompagner les NEETs (NEET - Not in Education, Employment or Training) à savoir, les décrocheurs ou les jeunes sans emploi et sans diplôme ;
- Renforcer son discours quant à sa valeur ajoutée vis-à-vis des employeurs et des offres potentielles à pourvoir sur le territoire rouennais ;
- Promouvoir ses résultats et son efficacité, notamment chez les publics jeunes en difficulté d'insertion, vis-à-vis de ses financeurs, en particulier l'État, la Métropole Rouen Normandie et la Région Normandie.

Clients

• Mission Locale de Rouen

Année
& Budget

• 2023

Notre action

En partenariat avec Epiceum, cette mission se découpe en trois phases :

- **Phase 1, diagnostic stratégique** : ce diagnostic est réalisé par une **analyse AFOM**, des **entretiens avec des partenaires**, un **focus groupe avec des jeunes de la ML**, une enquête prospective auprès de 250 jeunes chercheurs d'emploi ;
- **Phase 2, Stratégie et plan d'actions** : cette phase comporte la **création d'une plateforme de marque** et de positionnement et l'**élaboration d'un plan d'action** ;
- **Phase 3, mise en œuvre** : cette dernière phase met en place la production des actions, leur déploiement et leur évaluation.

