



Mark & Ting

1^{er} podcast universitaire sur le marketing

L'origine du Podcast

Mark & Ting est un jeu de mots permettant de traduire l'intérêt pour les marques en tant que telles (Mark) mais également leurs aspects visibles et scintillants (Ting) qui attirent la majorité des consommateurs.

Ce projet universitaire a vu le jour lors du confinement en mars 2020 afin de continuer les cours en streaming via une chaîne YouTube et de les compléter avec des tutoriels vidéos. Afin de préparer la rentrée 2020-21 et d'associer les étudiant.e.s au projet, un site Internet (www.mark-et-ting.com) comprenant des tutos, articles et compléments de cours a été mis en place. Plusieurs articles ont depuis été publiés par des étudiant.e.s du master 2 marketing stratégique de l'IAE de Bordeaux et du DUT/BUT Tech de Co à Périgueux.

Lors du 1er confinement, il a été possible de faire intervenir à la fin des cours des anciens étudiant.e.s en télétravail pour échanger sur leurs parcours (études et métiers) afin d'associer la théorie à la vision professionnelle. Cela a permis de recueillir des témoignages du « terrain » avec de nombreux conseils.

Face à la saturation des « visios » et à sa qualité visuelle « moyenne », le format audio est devenu évident pour la rentrée universitaire 2021-22. Le podcast est particulièrement adapté aux étudiant.e.s de 18-25 ans vivant dans des villes universitaires grâce à une écoute flexible lors de leurs déplacements (transports en communs ou trajets en train et voiture pour rentrer chez eux le week-end). Enfin, le podcast est une manière divertissante de compléter les cours voire de mettre à jour les connaissances !



L'origine du Podcast

C'est ainsi qu'est née l'idée du podcast Mark & Ting ! Ce podcast s'inscrit ainsi dans le cadre d'un projet tuteuré de 12 étudiant.e.s de 1ère et 2ème années en Tech de Co à Périgueux - IUT de Bordeaux - université de Bordeaux.

Le premier épisode du podcast a été **lancé le 22.02.2022**. Tout d'abord, dans un format émission hebdomadaire, puis dans sous format d'épisodes thématiques et d'interviews les lundis, mercredis et vendredis.

Forts d'une première année très riche :

- **des invités prestigieux** : PDG Atol, Chief of staff Hennessy, PDG Firmin, Chef de groupe Léa Nature, Directeur du BPFC, Directeur général de Michel et Augustin, PDG du groupe Novi (Beauty Success...), Responsable communication de Lush, Président Europe NPD du marché des jouets, Fondateur et dirigeant de Goom radio, Chef de produit Playstation... et un partenariat avec la French Tech Périgord Valley.

- **des classements valorisants** sur Apple podcast : de la 4° à la 15° place (en moyenne) de la catégorie marketing et une **présence internationale**

notre podcast « Mark & Ting » revient pour une 2^{ème} année avec **une nouvelle grille de programmation** dans l'objectif de devenir le RDV audio, à écouter partout, par tou.te.s les étudiant.e.s, lycéen.ne.s, professionnel.le.s du marketing et autres personnes curieuses !

Fabrice Cassou
Maître de conférences à l'université de Bordeaux

Tech de Co
Périgueux

iut
de **BORDEAUX**

université
de **BORDEAUX**

Notre concept

1^{er} podcast universitaire sur le marketing destiné aux étudiant.e.s et professionnel.le.s du commerce

Le podcast Mark & Ting consiste à proposer :

- des Interviews de PDG et autres responsables marketing ou communication afin de parler de leur.s marque.s, de leur métier, de leur parcours et d'évoquer différents conseils et recommandations à destination des jeunes
- des interviews des responsables pédagogiques ou étudiant.e.s afin d'accompagner les étudiant.e.s dans leurs études et à les aider à se projeter dans le monde du travail
- des épisodes thématiques de 3 à 10 minutes sur les actualités marketing, les concepts essentiels, histoires de marques, travaux académiques, des conseils pour réussir ses études...



WWW.MARK-ET-TING.COM

Notre grille*

Jour de la semaine	Thématiques des épisodes	
LUNDI	Actus ou concept marketing tendance	
MARDI	Conseils académiques, pros ou consos	
MERCREDI	1 ^{er} et 3 ^{ème}	Interview d'un professionnel : dirigeant, directeur marketing...
	2 ^{ème} voire 3 ^{ème}	Interview d'un responsable pédagogique ou d'étudiant.e.s en marketing
	4 ^{ème}	Interview d'un dirigeant d'une entreprise de la French Tech Périgord Valley
JEUDI	Culture Marketing	
VENDREDI	Raconte-moi une histoire marketing (études de cas, histoire d'une marque ou d'une enseigne, ...) ou bilan du mois par les étudiant.e.s (dernier vendredi du mois)	

* susceptible de modifications selon l'actualité et les opportunités

Exemples d'épisodes d'interviews

#02



Éric Plat

PDG

#15



Grégory Fourey

PDG

#37



Marjolaine CATIL

Chief of staff

#40



Marie Leblanc-Margerit

Chef de Groupe Marketing

#58



Sébastien Guillon

DG

#61



Philippe Georges

PDG

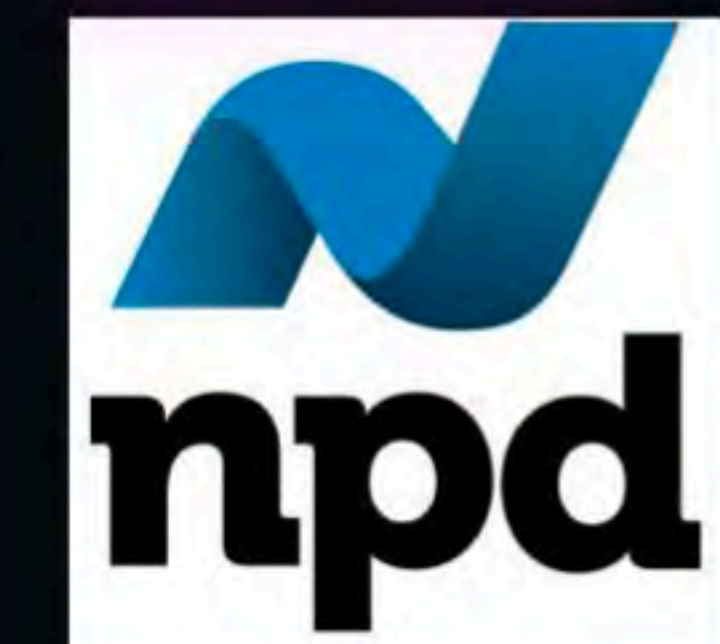
#70



Chloé Chazot

Responsable
communication

#113



François Klipfel

Président Europe du
marché des jouets

Exemples d'épisodes thématiques

#13

L'entretien de
recrutement en
Tech de Co

#14

Eye-tracking

#26

Effet de la complexité
visuelle du packaging
sur l'attention portée à
la marque

#27

Études du/de marché
en marketing

#33

Les forces de PORTER :
applications et
limites

#67

Bien-être étudiant
: gérez votre stress
avant un examen !

#85

Master
Marketing
Stratégique en
IAE

#76

Référencement
naturel – SEO

#93

Culture
Marketing :
histoire des
logos

#103

10 conseils pour
votre
soutenance
orale de stage



Le guide d'entretien type

L'entreprise / La marque

- Pourriez-vous nous parler de votre entreprise/marque... ?
- En quoi consiste votre poste ?
- Offre de produits / services ?
- Distribution et modalités de vente ?
- Modalités de communication (publicités, réseaux sociaux...) ?
- Quelle est votre implication dans le marketing durable ou la RSE ?



Parcours : études & expériences pros

- Pourriez-vous nous parler de votre parcours pour en arriver là et en particulier votre « déclic » pour le marketing ?
- Quelles sont les expériences ou les rencontres marquantes qui vous ont permis de saisir des opportunités professionnelles ?
- Si vous deviez faire une rétrospective de votre vie, quelles expériences vous ont permis d'avancer ?
- Baguette magique : si c'était à refaire ? Votre avenir ?

Conseils / sources d'inspiration

- Quels conseils donneriez-vous à un.e étudiant.e qui souhaite travailler dans votre domaine (marketing, distribution, communication...) dans la décennie 2020 ?
- Quelles sont les sources d'inspiration que vous recommanderiez (podcasts, livres, blogs, films, pubs, marques, enseignes, conférences...) ?

Bénéfices pour les interviewé.e.s

1 Marque employeur

- Faire connaître / valoriser votre entreprise auprès des jeunes qui seront peut-être de futurs employé.e.s, collaborat.eurs.rices, stagiaires, etc... et surtout attirer les meilleurs !

2 Marque commerciale

- Développer votre notoriété et votre exposition auprès des jeunes car le marché des podcast est en plein essor sur ce segment : 58 % des auditeurs ont moins de 35 ans
- Développer la e-réputation de votre organisation et développer des commentaires, articles et réactions sur les médias sociaux

3 Marque corporate

- Communiquer sur votre image et les valeurs de votre entreprise et son éventuelle évolution
- Participer à un projet non lucratif à caractère universitaire

4 Communication interne

- Humaniser votre entreprise
- Renforcer votre image auprès de vos collaborateurs

5 E-réputation personnelle

- Partager vos expériences et conseils perçus de manière bénéfique par les auditeurs
- Pouvoir valoriser votre actualité marketing (livre, blog personnel...), vos publications sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Instagram...), etc.

Notre vision

Partager les
connaissances
inspirantes en
marketing



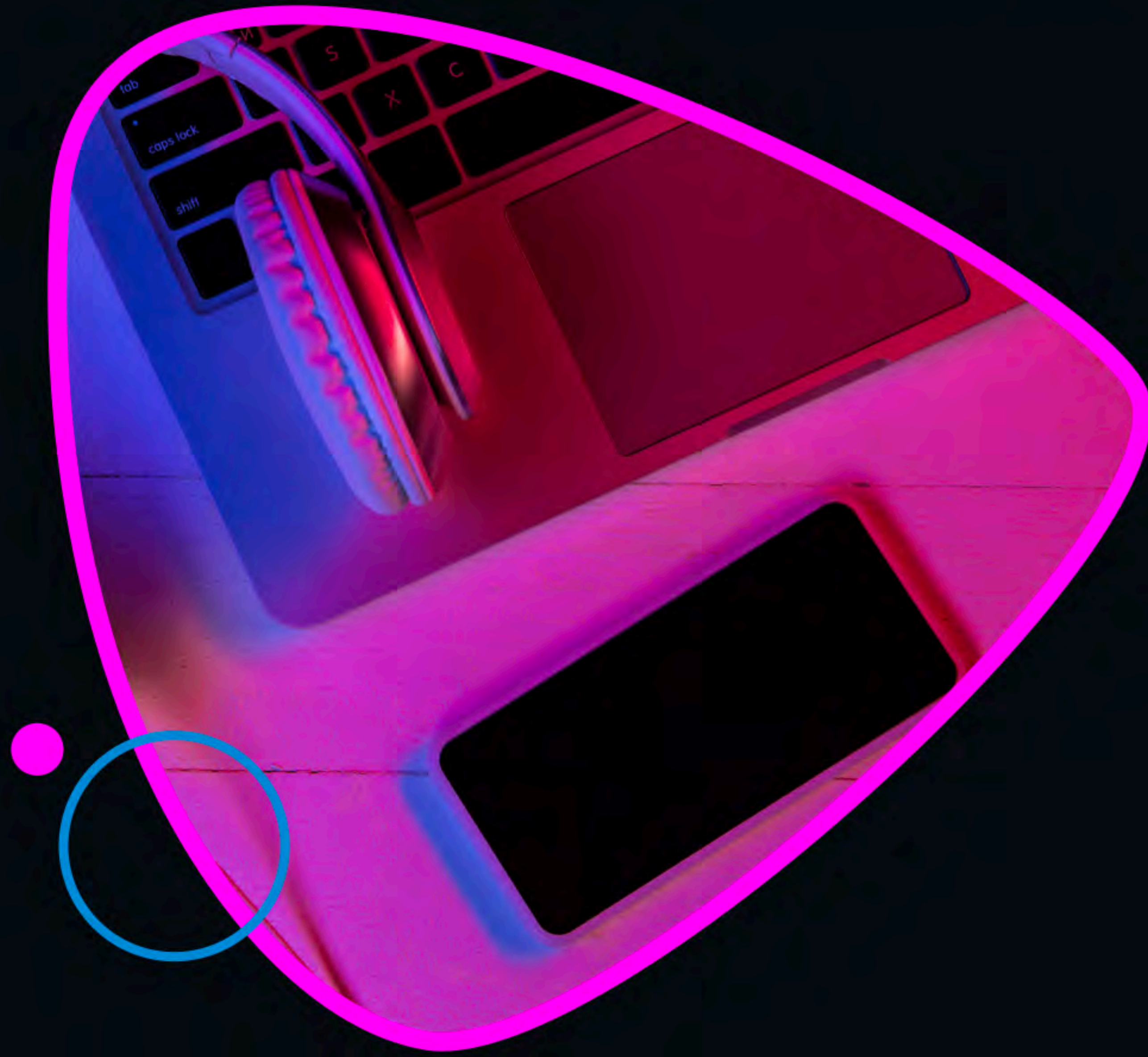
MARKETING

Notre mission

Diffuser gratuitement des témoignages, conseils et analyses sur le marketing, avec éthique et pédagogie, à destination des étudiant.e.s, lycéen.e.s, enseignant.e.s, professionnel.le.s, entrepreneur.r.se.s et autres curieu.x.ses



Nos valeurs



Pédagogie

Nous aimons partager nos connaissances et rencontres, avec le souci d'être accessibles et compréhensibles.

Nos réseaux sociaux permettent d'échanger et répondre aux questions de nos audit.eurs.rices.



Éthique

Ce projet s'inscrit dans un cadre universitaire. Il est auto-financé. Nous n'avons pas besoin d'abonnement ou de publicité et n'avons ni produit ou service à vendre.

Cela nous garantit le respect de notre éthique dans notre prise de parole.



Curiosité

Nous portons un regard ouvert et intéressé sur le monde du marketing lors de nos rencontres avec les interviewés et pour aborder différentes thématiques. C'est ainsi que des étudiant.e.s (co-)animeront chaque épisode pour avoir un regard « neuf » et enthousiaste !

Nos cibles

Le podcast Mark & Ting s'adresse en priorité aux étudiant.e.s en université, écoles de commerce et BTS, aux lycéens (en séries générales, technologiques et professionnelles), ainsi qu'aux professionnel.le.s du marketing (salarié.e.s, indépendant.e.s, dirigeant.e.s...), aux créat.eurs.rices d'entreprises, aux enseignant.e.s(-chercheu.rs.ses) et à toute personne curieuse !

Les estimations suivantes sont basées uniquement sur la France alors que le podcast aura pour audience l'ensemble des francophones :

Cibles	Structure/série	Nombre
Étudiant.e.s	Écoles de commerce	200 000
	LAE	50 000
	IUT (TC, GACO, GEA, GLT,...)	20 000
	BTS (commerce/vente)	47 000
Lycéen.ne.s	STMG	150 000
Professionnel.le.s	Marketing	740 000

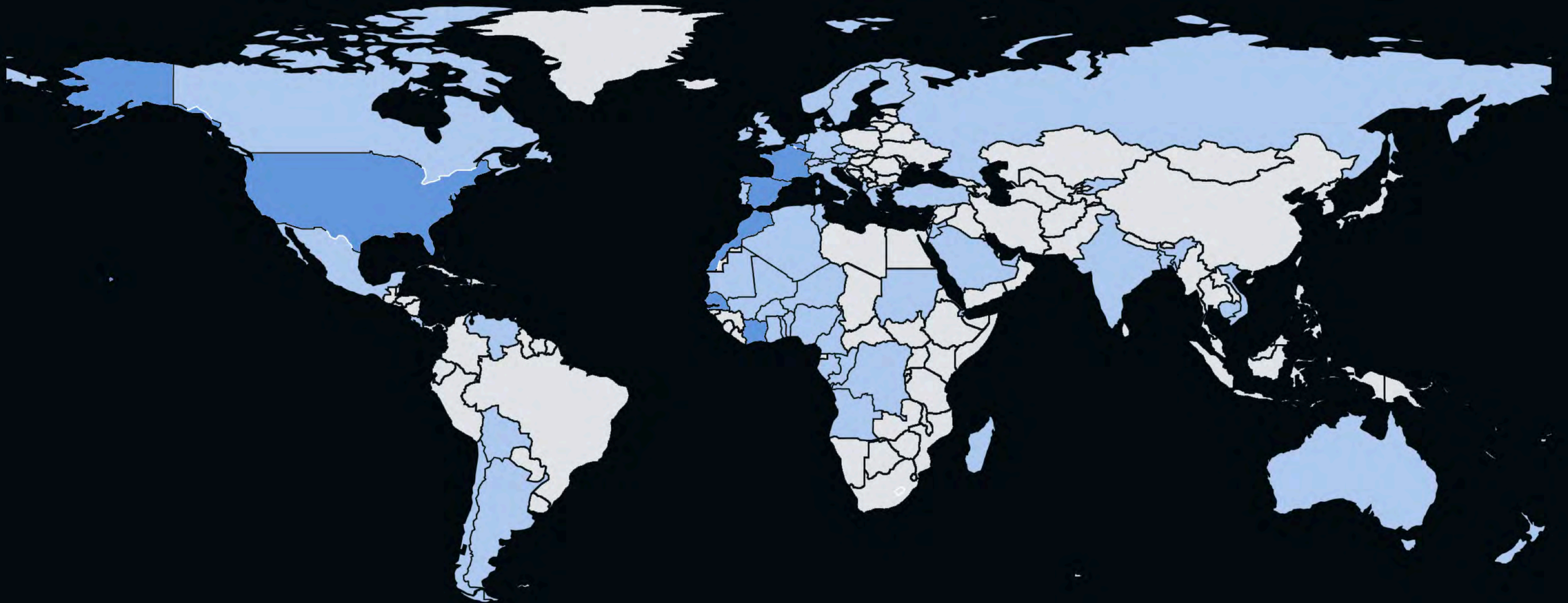
Le podcast correspond à un potentiel, a minima, d'un million de personnes sachant qu'actuellement seuls 10 à 20 % de ces cibles écoutent des podcats*. Il convient également de prendre en compte que la population visée et donc sensible au marketing correspond à des utilisateurs particulièrement sensibles aux podcast : PCS +, urbains et sensibles aux nouvelles technologies.



Sources :
<https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid153306/les-effectifs-dans-l-enseignement-superieur-en-2019-2020.html>
<https://fr.statista.com/statistiques/499729/effectifs-d-etudiants-en-ecole-de-commerce-france/>
<https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid131692/www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid131692/les-effectifs-en-lut-en-2017-2018.html>
<https://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid149266/les-etudiants-en-sections-de-technicien-superieur-en-2019-2020.html>
<https://www.lae-france.fr/wp-content/uploads/2019/10/rapport-BSIS-lae-france-2019.pdf>
https://www.spele.fr/documentation/lire/la-lire-ndeg225-1-fevrier-2020/mise-en-place-dun-groupe-de-travail-evolution-de-la-voie-technologique-reunion-du-11-02-20/20200114_evolution_effectifs_vt_constats_rentree_depp.pdf
<https://www.regionsjob.com/actualites/marketing-communication-chiffres-cles.html>
<https://www.regionsjob.com/actualites/marketing-communication-chiffres-cles.html>
*<https://www.visualcapitalist.com/media-consumption-covid-19/>

Notre audience

Au 14.02.2023 : 30 253 épisodes téléchargés dans plus de 80 pays différents

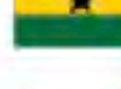


Téléchargements par lieu du 22.02.2022 au 14.03.2023

Source : <https://open.acast.com>

Notre audience

Classements sur Apple podcast dans la catégorie marketing

Ranking TOPs in the last 30 days		
COUNTRY	MARKETING	BUSINESS
 Côte d'Ivoire	3	68
 Tunisia	6	46
 France	15	138
 Congo, Democratic Republic of the	36	-
 Senegal	36	-
 Algeria	162	-
 Ghana	222	-

Source : <https://podstatus.com> le 14/02/2023

Les avis



Écouter Mark & Ting sur
Spotify



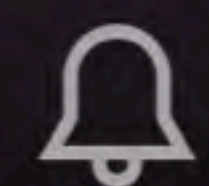
Écouter Mark & Ting sur
Apple podcasts (Itunes)



Mark & Ting : marketing pour toutes et tous

Mark et Ting - Université de
Bordeaux

Abonné



Bienvenue sur le 1er podcast marketing universitaire
francophone, espace de partage des ... [afficher plus](#)

5,0 ★ (72)

Marketing

Affaires

Notes et avis

[Tout voir](#)

4,9
sur 5



71 notes

Des podcasts qualitatifs

17 nov. 2022

★★★★★

elflaya

Les podcasts créés par les étudiants et leur
enseignant sont d'une part :

- Pertinents : dû à la diversité des professionnels interrogés.
- Diversifiés : dû aux différents formats (les formations avec l'aspect pédagogique et les conseils associés ainsi que les professionnels pour de la culture générale supplémentaire et des conseils dans une multitude de secteurs)
- Pédagogiques : des questions simples à comprendre et une démarche d'accessibilité à tous
- Ludiques : grâce à la communication autour, les animations et les interactions

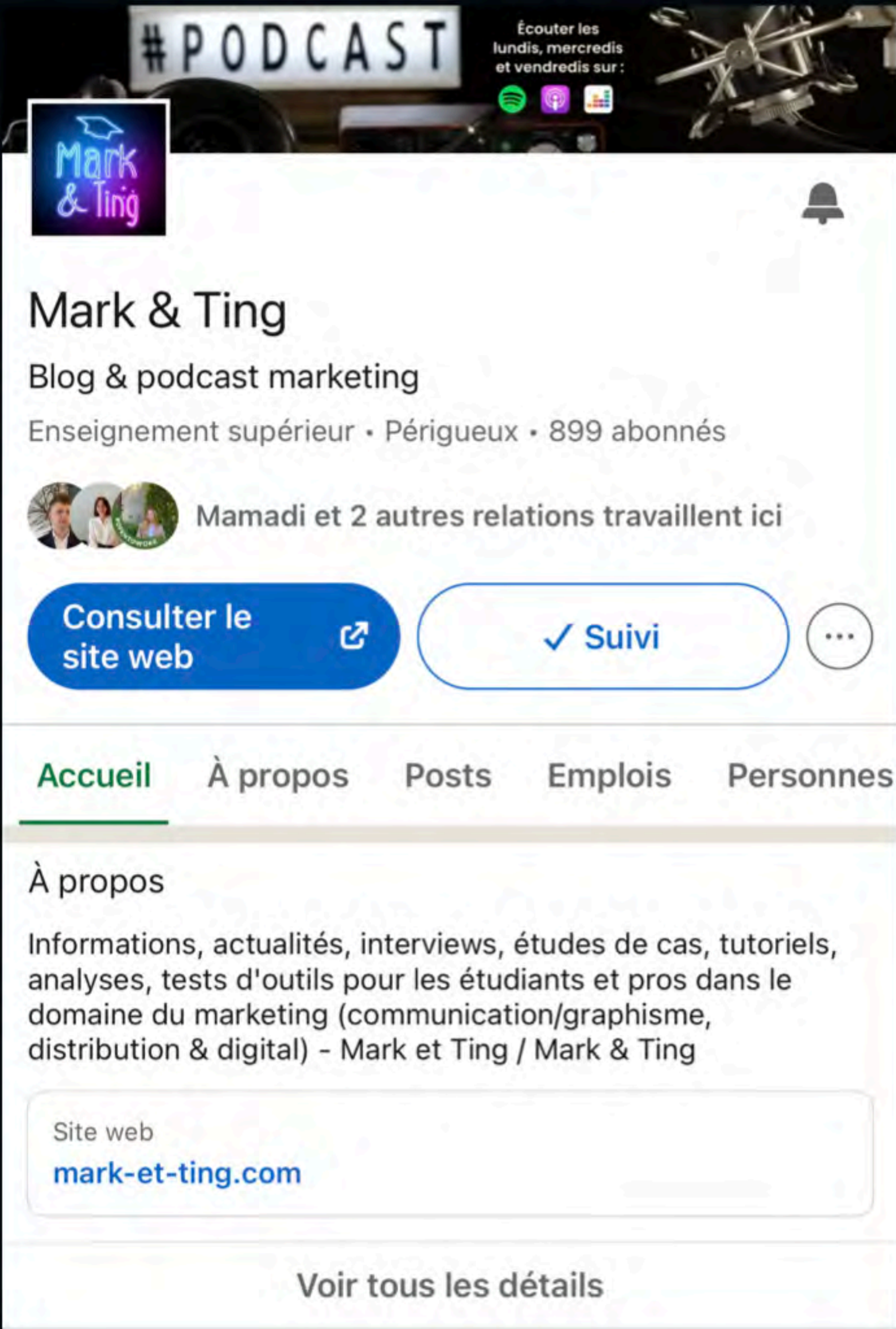
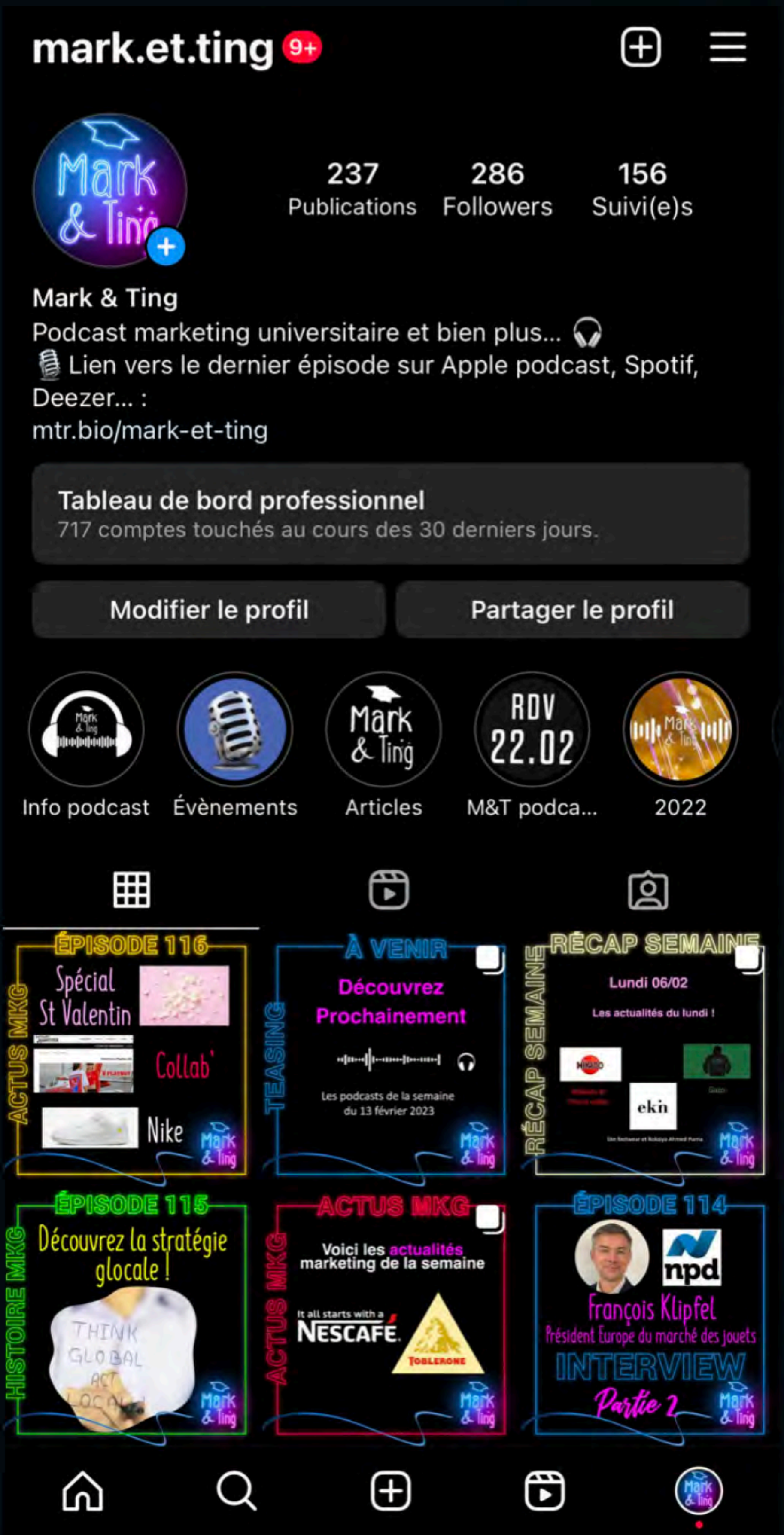
En clair, ce sont des sujets pertinents qui font
leur charme grâce aux étudiants qui se
mêlent parfaitement à ce format !

Hâte de continuer à vous suivre dans votre
évolution !

On parle de nous



Notre communication



Notre communication

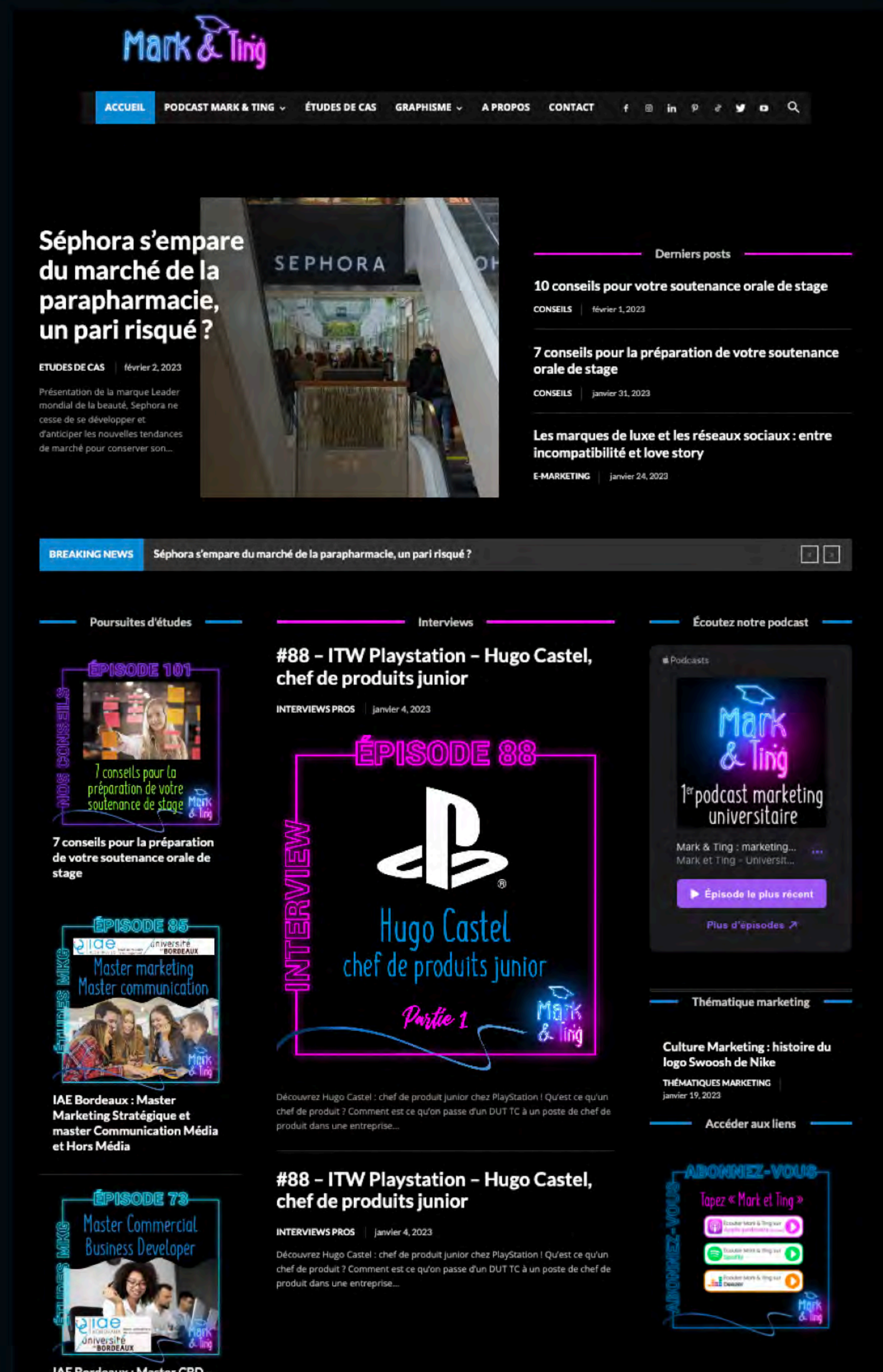
Notre site internet

www.mark-et-ting.com

Audience annuelle



Audience du dernier mois



Notre ambition



- 1** Devenir un média incontournable sur le marketing
- 2** Donner plus de crédit au marketing sous l'angle éthique
- 3** Présenter le marketing dans sa globalité : son histoire et ses dimensions (études de marché, stratégies et aspects opérationnels)
- 4** Être une ressource pédagogique pour les étudiant.e.s pour revenir sur certains concepts ou thématiques complexes
- 5** Faire témoigner des étudiant.e.s et professionnel.le.s afin de présenter les différents parcours pour accéder à des fonctions marketing, expliquer les modalités d'accès, l'alternance, les périodes à l'étranger, les softs skills...
- 6** Diffuser les conseils de grands témoins et professionnel.le.s sur leur métier, le monde de l'entreprise et leurs recommandations (livres, blogs, réseaux sociaux, films, séries...)

Ce qui nous rend unique



Créé et animé par des
étudiant.e.s et un
enseignant-chercheur



Pas de contrepartie et rien
à vendre



Notre cible d'étudiant.e.s
en commerce de 18-25 ans



Présentation de travaux de
recherche en marketing de
manière simple et pédagogique



Notre ton

Pros & proches

Le podcast a pour ambition d'adopter une tonalité professionnelle relative aux savoirs et expériences partagées tout en diffusant une ambiance bienveillante et proche de l'auditeur.rice étudiant.e dans le vocabulaire, les thématiques abordées...



Notre matériel



Enregistreur / table de mixage
podtrak P8 de Zoom



4 Micros Shure SM 58
ou 8 micros Sennheiser e840

ainsi que des câbles, pieds de micros, cartes d'enregistrements, bonnettes, logiciels de montage...

Notre logo

Le logo Mark & Ting est un logo combiné : il intègre le nom de notre marque et un symbole universitaire ainsi que trois étoiles.

Le texte reprend le nom de notre marque « Mark & Ting » dont le jeu de mots traduit notre thématique « marketing » mais également l'intérêt appuyé pour les marques (Mark) et leurs aspects visibles et scintillants (Ting) qui génèrent de l'attrait pour les consommateurs. Afin de renforcer ce dernier aspect, trois étoiles ont été ajoutées.

Les polices sont de type script afin d'humaniser la marque et mettre en avant les personnes participant au projet.

Le symbole du chapeau « *mortarboard* » permet de traduire la dimension universitaire du projet.

L'esperluette située en-dessous du chapeau symbolise un.e étudiant.e en marketing et appuie la connotation « et » afin de prendre en compte les participants du projet ainsi que les auditeurs.



La nouvelle version du logo (septembre 2022) a fait évoluer celui-ci en « néon » afin de renforcer la dimension de marque-enseigne pour :

- asseoir notre marque en tant qu'« enseigne » de référence dans la transmission d'informations marketing
- mettre en lumière nos invités et les sujets traités

Notre signature

À l'instar du jingle d'NRJ « Radio Number One », Mark & Ting en version podcast se proclame être le numéro 1. La cour d'appel de Paris s'est prononcée en 2020 sur ce slogan radiophonique et a affirmé que cela doit être compris comme un « terme laudatif arbitraire et usuel en matière publicitaire ». L'affirmation de numéro 1 amène un intérêt supérieur et représente un certain gage de qualité.

Au-delà du caractère laudatif, ce podcast est en effet le 1^{er} émanant d'une université sur le plan temporel au sein de la catégorie marketing.

La signature intègre des termes clefs tels que :

- « Podcast » pour affirmer le type de produit et se distinguer du site Internet
- « Universitaire » pour se positionner en tant que podcast issu du monde académique (rassurant sur l'objectivité du savoir), avec un contenu non commercial (à l'inverse d'autres podcasts d'entrepreneurs assurant leur promotion), sélectionnant des invités pour leur pertinence dans une optique de transmission de savoirs et d'expériences
- « Marketing » afin de bien clarifier le domaine

1^{er} podcast
universitaire
sur le
marketing



Notre identité visuelle

Versions pour fond foncé :

Horizontale



Versions pour fond intermédiaire :

Horizontale



Versions pour fond blanc :

Horizontale



Verticale



Verticale



Verticale



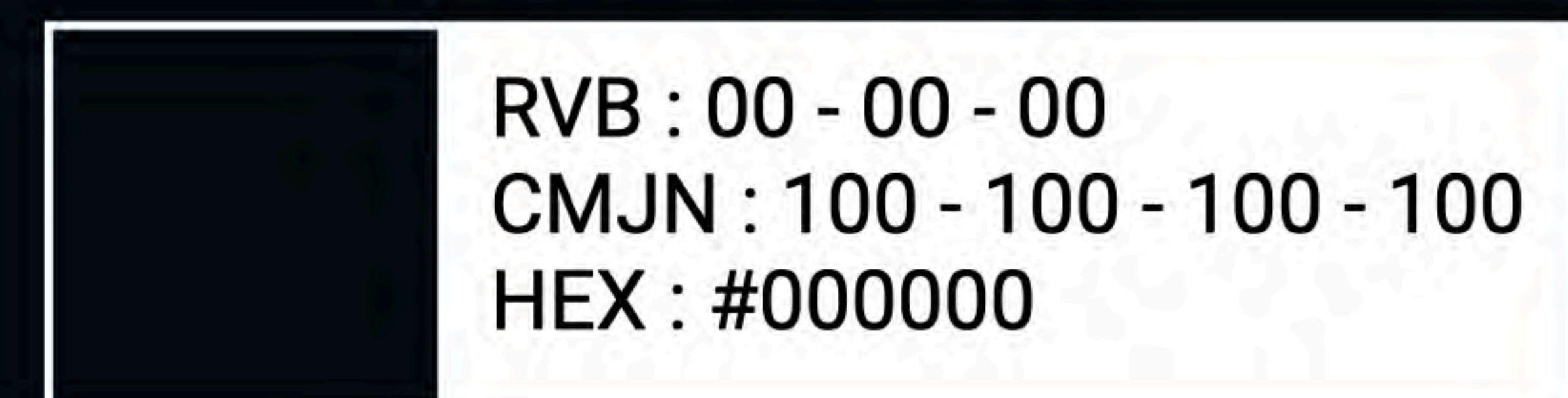
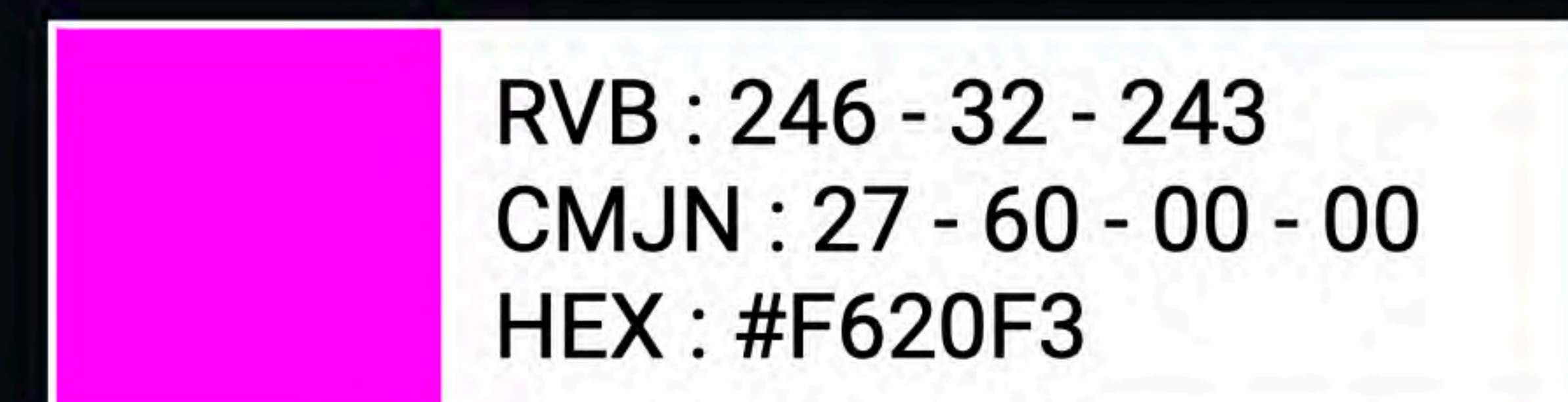
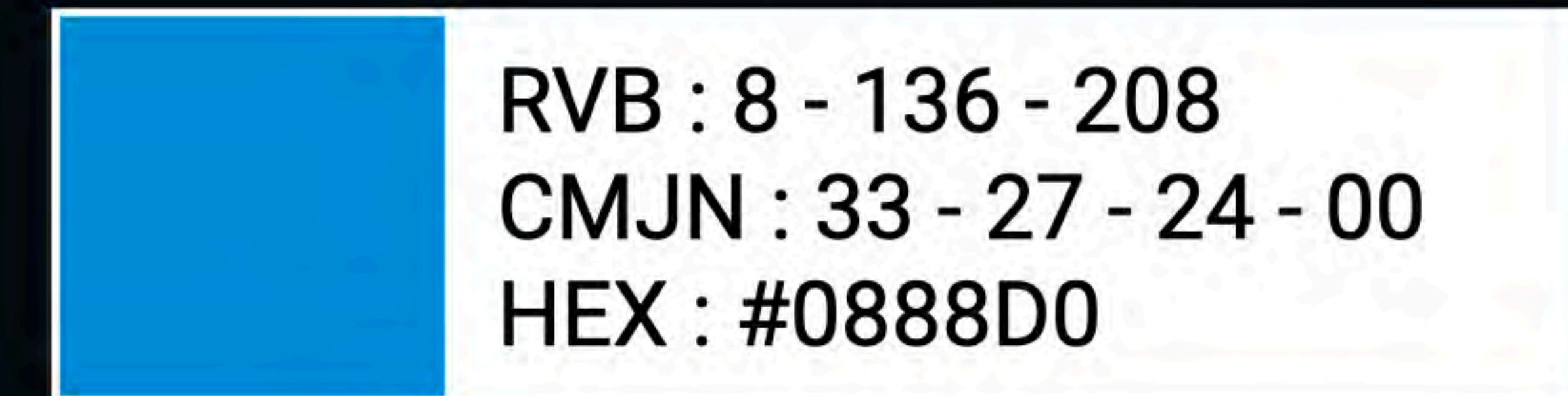
Notre identité visuelle

Couleurs

Nos « couleurs » sont principalement le bleu, le rose, le blanc et le noir.

Le bleu et le rose ont été choisis pour leurs dimensions esthétique, dans la mesure où elles se « marient » très bien ensemble visuellement, et également symbolique. Le bleu représente la vérité et la confiance qui sont des dimensions essentielles dans la transmission d'informations mais également dans le rôle d'une marque. Le rose incarne les valeurs de jeunesse comme nos audi.teurs.trices ainsi que la notion de séduction, bien présente dans le marketing. Le bleu et le rose sont ainsi utilisés dans la version néon de notre communication afin de renforcer les aspects dynamiques et enthousiastes de notre projet.

De manière complémentaire, le noir et le blanc sont utilisés. Le noir est connoté pour son élégance ou la sophistication et le blanc symbolise l'initiation ou apprentissage.



Notre identité visuelle

Typographies

La typographie Roboto est utilisée sur l'ensemble de nos éléments de communication à travers les différents titres en version néon de type contour.

Roboto est également utilisée pour le contenu plus commun, paragraphes, corps de texte, etc.

Sunn Line, typographie du « Ting » du logo, est utilisée de manière alternative pour des titres de niveaux 1 ou en cas de sous-titres

Roboto

Typographie principale

Graisie : léger

A B C D E F G H I J K L M N O P

Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s

t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Graisie : bold

A B C D E F G H I J K L M N O P

Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s

t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Sunn Line

Typographie secondaire

Graisie : bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V

W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x

y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Graisie : courant

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X

Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Nous contacter



IUT de Bordeaux (site de Périgueux)
Université de Bordeaux
Campus Périgord - CS 21201
24019 Périgueux Cedex



06.63.03.88.27



fabrice.cassou@u-bordeaux.fr
contact@mark-et-ting.com



[https://www.instagram.com/
mark.et.ting](https://www.instagram.com/mark.et.ting)



[https://www.linkedin.com/
company/mark-et-ting-fr](https://www.linkedin.com/company/mark-et-ting-fr)

*En tant qu'enseignant-tuteur du projet,
je me tiens à votre disposition*

A bientôt,

Fabrice Cassou



www.mark-et-ting.com