

Petit Boucan remporte la troisième édition de l'Amazon Campus Challenge

La troisième édition de l'Amazon Campus Challenge, concours dédié aux étudiants, vient de se terminer. Le combat de pitches, qui s'est tenu sur le ring du Champion Spirit, a récompensé trois étudiantes de l'Ecole de Management Léonard de Vinci de Courbevoie.

Temps de lecture : minute

2 octobre 2020

C'est sur le ring du Champion Spirit, salle de sport du 7ème arrondissement de Paris, que les cinq finalistes de la troisième édition de l'Amazon Campus Challenge ont mené leur "dernier combat". Durant dix mois, les étudiants ont aidé une entreprise à s'implémenter sur la marketplace d'Amazon pour booster leurs ventes. Après des centaines d'heures de travail, les cinq équipes ont présenté leurs résultats et ont défendu leur stratégie sous les yeux attentifs de Frédéric Duval, Patrick Labarre et Anne-Marie Husser, respectivement, directeur général Amazon.fr, directeur de la marketplace Amazon.fr et directrice des ressources humaines d'Amazon en France et Luxembourg.



À lire aussi

Amazon Campus Challenge 2019 : quand les étudiants relèvent le défi du e-commerce

C'est le travail de trois étudiantes de l'Ecole de Management Léonard de Vinci de Courbevoie qui a conquis le jury. L'équipe, sous le nom de Win-Win, a accompagné Petit Boucan, une société vendant des vêtements pour bébé emprunts de messages humoristiques, dans sa numérisation et l'ouverture de ses canaux de vente.

Développer l'esprit entrepreneurial et le leadership des étudiant·e·s

Initié par l'équipe française du géant de l'e-commerce, l'Amazon Campus Challenge offre l'opportunité à des étudiants de découvrir les rouages de sa marketplace tout en aidant des TPE-PME à se digitaliser. *"Quel que soit votre poste, si vous avez une idée qui peut servir l'entreprise, Amazon vous permettra de la développer. C'est cette philosophie selon laquelle nous sommes tous entrepreneurs de notre carrière que révèle ce*

concours”, dévoile Anne-Marie Husser.

Amazon France a ainsi imaginé un challenge de six mois (dix cette année en raison de la Covid-19) au cours duquel ces jeunes, provenant d'établissements différents, aident une startup non inscrite sur Amazon à y faire ses premiers pas. *“Les PME et les TPE constituent une part importante du tissu économique français, et n'ont pas toujours les moyens de se lancer dans une stratégie digitale”*, reconnaît la DRH d'Amazon France. Ce concours est d'après elle doublement utile : *“nous aidons les étudiants à apprendre à entreprendre en apportant une brique complémentaire à leur enseignement”*.

Au fil de leur pitch, les équipes ont démontré leur maîtrise des différents outils proposés par Amazon pour booster les ventes, mais aussi leur capacité à se remettre en question et à adapter leur stratégie en cas de changement comme le confinement. À distance ou ensemble, ils ont tous dû apprendre à s'écouter et trancher pour adopter la meilleure stratégie, ce qui fait du concours un challenge humain autant que technique. Tous ces traits de caractères s'apparentent à la fois aux soft skills et aux hard skills et permettent aux candidats de développer leur leadership, un point essentiel pour manager une équipe, porter un projet ou encore monter son entreprise.

De toute évidence, le concept a su trouver son public. En deux ans, le concours *“a vu quadrupler le nombre de participants. Nous sommes passés de 53 équipes il y a deux ans à 300 cette année, ce qui dépasse toutes nos espérances”*.

D'autres pays européens ont même décidé de reprendre le concept dans leur pays, ce qui a permis d'embarquer 3600 étudiants (dont 900 en France) dans l'aventure Amazon Campus Challenge à travers l'Europe.

L'ambition, grande gagnante de cette édition

Avant leur participation à l'Amazon Campus Challenge, Christina Waiss, Imène Zahmoul et Linda Villette, toutes trois étudiantes à l'École de management Léonard de Vinci de Courbevoie, ne se connaissaient pas. Si certains participants décident spontanément de s'associer ensemble, c'est le hasard d'un tirage au sort organisé par leur école qui les a réunies. *"L'opportunité de mettre les mains dans le cambouis du digital et de l'e-commerce qui sont des leviers d'avenir a motivé notre participation"*, reconnaissent les jeunes femmes. Et elles ne sont pas déçues du résultat.

Hormis le prix de 10 000 euros à se partager et les 500 euros de crédit AWS chacune qu'elles ont obtenus, c'est surtout *"la richesse de cette expérience humaine et professionnelle"* qu'elles retiennent. *"Ça n'a pas toujours été facile, nous y avons passé nos soirées et nos week-ends mais nous avons appris tellement de choses"*. Le challenge et la découverte de cet univers leur *"a donné l'envie d'aller toujours plus loin dans leurs ambitions et de se dépasser pour toujours faire mieux"*.

Au-delà d'un simple site, l'équipe Win-Win a choisi de construire toute une identité autour de la marque Le Petit Boucan suite à un constat simple : *"le fondateur de Petit Boucan vendait uniquement sur les marchés, nous avons choisi de l'aider à créer un site internet, à lui ouvrir un compte Instagram et un store pour l'aider à vendre sur Amazon"*, détaillent les trois étudiantes. C'est *"cette vision holistique d'internet, leur ambition et leur volonté de travailler de nombreux produits en même temps"* qui a fait la différence pour Anne-Marie Husser. Si les trois jeunes femmes n'ont pas encore d'idée précise de ce qu'elles feront à l'avenir, elles ont toutes les trois été séduites par le numérique et le potentiel de l'e-commerce.

Si vous aussi vous souhaitez tenter l'aventure, les inscriptions pour la quatrième édition sont déjà ouvertes.

Créez votre équipe et trouvez votre entreprise partenaire !

Maddyness, partenaire média d'Amazon Campus Challenge

Article écrit par Maddyness, avec Amazon