

Faire de Lydia le compte de paiement de millions de Français : Stratégie et Product Marketing Management



Entreprise : Lydia

Période : 2024 - 2025

Tuteur entreprise : Jeanne Gazanion, Head of Product Marketing

Lieu : Paris

Nom de l'entreprise / entité

Créée en 2013, Lydia est rapidement devenue la référence du paiement entre amis. La fintech tricolore a acquis une grande notoriété pour cette fonctionnalité et compte aujourd'hui plus de 7 millions d'utilisateurs.

Ces dernières années, Lydia a développé d'autres services - cagnotte, compte courant, compte commun, épargne, crédit, investissement ... pour devenir le compte de dépenses courantes de millions de Français.

Avec ses 250 collaborateurs basés à Paris, Nantes, Bordeaux et Lyon, Lydia s'est fixée pour mission de changer les codes de la banque en proposant tous les services essentiels pour gérer son argent au quotidien au travers d'une expérience client simple, accessible et agréable.

Descriptif du projet

Pour devenir la solution de gestion des dépenses courantes de millions de Français, Lydia doit réussir à faire coïncider sa proposition de valeur avec sa cible. Au cœur de cet enjeu stratégique, le projet proposé porte sur la définition et la mise en place d'une stratégie permettant de démontrer la différenciation de Lydia comme solution bancaire et de faire adopter les usages qu'elle propose. Le projet porte sur une multitude de champs d'action, allant de l'application mobile jusqu'aux événements en personne avec les clients de Lydia.

Méthodologie envisagée

L'étudiant aura une casquette de « Product marketing manager » l'amenant à travailler, entre autres, sur :

- la connaissance du marché (benchmarking, veille stratégique...)
- la connaissance client (interview client, test utilisateurs...)
- la conception de nouveaux parcours clients dans l'application et sur le site
- la conception de campagnes de communication
- la conception et organisation d'événements physiques



Profil(s) recherché(s)

1 profil orienté business ou ingénieur, l'important étant d'avoir une forte sensibilité business et un intérêt prononcé pour l'expérience client, en particulier dans la forme digitale. Un état d'esprit entrepreneurial est un prérequis.