

BORN TO LEAD

BTL

PFE & INTERNSHIPS BOOK
2025-2026

EVENTS وقفة

ANDIAMO
Events & Communication

BTL

WELCOME TO BORN TO LEAD BTL

One mission : We create memories .

A PROPOS DE BORN TO LEAD BTL



Born to Lead (BTL) est une agence événementielle tunisienne fondée et dirigée exclusivement par des jeunes passionnés. **Son objectif** est de révolutionner le secteur événementiel en Tunisie en organisant des événements innovants, à fort impact culturel et économique.

BTL se distingue par son approche moderne et son engagement envers la jeunesse, en proposant des expériences immersives qui favorisent la créativité, l'inclusion et le développement du digitalisation événementiel.

BTL supervise deux grandes marques événementielles :

Andiamo Events : Spécialisée dans les événements sans alcool, Andiamo Events s'adresse principalement aux jeunes en quête d'une ambiance immersive et sécurisée.

Wkayet Events : Dédiée aux événements de grande theatre, Wkayet Events accueille des artistes nationaux et met en avant des concepts innovants

BTI

-Nos Sujet PFE-

SUJET 1 : DASHBOARD CLOUD – PILOTAGE DES TÂCHES & PERFORMANCE ÉVÉNEMENTIELLE

BTL

Mission :

Développer un dashboard centralisé permettant de suivre l'ensemble des tâches de préparation, d'exécution et de communication des événements produits par **Born To Lead (BTL)**, tout en intégrant le suivi des ventes, des performances digitales et des indicateurs financiers.

Le dashboard devra également suivre la performance globale à travers des KPI essentiels, afin d'améliorer la prise de décision stratégique pour les marques **Andiamo & Wkayet**.

L'objectif est d'obtenir un outil unique pour piloter l'avancement du travail, mesurer la performance et accélérer la coordination entre les équipes.

Les fonctionnalités comprennent :

- Suivi des tâches : préparation, exécution, communication
- Gestion des équipes : statut, avancement, deadlines
- Ventes & billetterie : évolution, segmentation, taux de remplissage
- Marketing & campagnes : performances principales (CPA, ROAS, reach)
- Indicateurs clés : budget vs dépenses, performance globale
- Reporting automatisé

Technologies :

Power BI , Python , Excel / CSV , APIs Meta Ads & TikTok Ads ,Notion ou Airtable (source tâches)

Spécialités demandées :

Business Analytics , Business Intelligence , Data Science



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 2 : SYSTÈME DE GESTION & SUIVI DES AMBASSADEURS ET BÉNÉVOLES

BTL

Mission :

Développer un système centralisé permettant de gérer, organiser et suivre l'activité des ambassadeurs (responsables de ventes régionaux) et des bénévoles de Born To Lead (BTL).

Le système devra suivre leurs tâches, performances, ventes réalisées, actions de communication, ainsi que l'avancement de leurs missions.

Le stagiaire devra travailler avec des KPIs pour mesurer l'efficacité des ambassadeurs et optimiser leur impact.

Les fonctionnalités comprennent :

- Suivi des ambassadeurs : ventes par région, progression, statut des missions
- Suivi des bénévoles : disponibilité, assignation aux tâches, avancement
- Gestion des tâches et deadlines
- Suivi des actions terrain & communication
- Tableau de bord de performance globale (KPIs synthétiques)
- Reporting simple et automatisé

Technologies :

Airtable ou Notion (structure & base) , Power BI (dashboard et reporting) , Excel / CSV , Python (automatisation optionnelle)

Spécialités demandées :

Business Analytics , Business Intelligence , Marketing



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 3 : MODÈLE PRÉDICTIF POUR LA PRÉVISION DES VENTES DE TICKETS

BTI

Mission :

Développer un modèle prédictif basé sur le Machine Learning permettant d'estimer les ventes de tickets aux différentes étapes clés (J-30, J-15, J-7 et J-1), en s'appuyant sur des variables telles que : l'artiste, la date, le prix, la communication digitale, la météo et la notoriété.

Le stagiaire devra travailler avec des KPIs de performance prédictive afin d'évaluer la précision du modèle et optimiser la stratégie commerciale, la planification et la gestion des ressources.

Les fonctionnalités comprennent :

- Prédiction des ventes J-30 / J-15 / J-7 / J-1
- Analyse des variables influentes (prix, artiste, date...)
- Tableau comparatif entre prévisions et ventes réelles
- Visualisation simple des tendances de vente
- Ajustement du modèle et optimisation continue
- Reporting synthétique

Technologies :

Python (Pandas, Scikit-learn) ,Power BI (visualisation) , Excel / CSV , APIs (météo, réseaux sociaux si nécessaire)

Spécialités demandées :

Data Science , Business Analytics , Machine Learning , Business Intelligence



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 4 : SYSTÈME DE SCORING DES ARTISTES (ARTIST RANKING SYSTEM)

BTL

Mission :

Développer un système automatisé de scoring permettant d'évaluer la popularité, l'influence et la rentabilité potentielle des artistes afin d'aider Born To Lead (BTL) dans les décisions de booking.

Le système doit produire un score 0–100, basé sur des données réelles (streams, réseaux sociaux, croissance, engagement, notoriété, prix du cachet...).

Le stagiaire devra travailler avec des KPIs standardisés pour permettre une comparaison rapide entre artistes, améliorer les choix booking et réduire le temps d'analyse.

Les fonctionnalités comprennent :

- Collecte automatique de données : Spotify, TikTok, Instagram, YouTube
- Construction d'un score global (0–100)
- Analyse de croissance (followers, streams, viralité)
- Scoring de performance événementielle (si historique disponible)
- Pondération des KPIs selon importance (popularité, engagement, coût...)
- Dashboard de visualisation simple et synthétique
- Export & reporting automatique

Technologies :

Python , APIs Spotify / TikTok / Instagram / YouTube , Pandas / NumPy , Power BI ou Streamlit (visualisation) , Airtable ou Notion (base de données optionnelle)

Spécialités demandées :

Data Science , Business Analytics , Machine Learning , Marketing



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 5 : SYSTÈME DE RECOMMANDATION & SUGGESTIONS IA POUR BTL (AVEC ET SANS CODE)

BTL

Mission :

Développer un système permettant de générer des suggestions intelligentes (programmations artistiques, concepts d'événements, formats, contenus marketing, idées de collaborations, etc.) pour Born To Lead (BTL), en s'appuyant soit sur :

- une approche technique (avec IA & Python)

ou

- une approche sans code basée sur GPT et outils IA existants.

Le stagiaire devra travailler avec des KPIs afin d'évaluer la pertinence, l'impact et la performance des recommandations générées.

Les fonctionnalités comprennent :

- Partie commune :
 - Génération automatisée de suggestions pour Andiamo & Wkayet
 - Analyse de tendances (artistes, contenus, musiques, formats)
 - Recommandations stratégiques basées sur les objectifs de BTL
 - Comparaison entre suggestions IA et décisions réelles
 - Reporting synthétique
- Option A — Version avec code
 - Modèle IA (Python) utilisant données tendances + APIs
 - Pondération selon critères (popularité, engagement, budget, faisabilité)
 - Script automatisé pour suggestions régulières
 - Dashboard simple de visualisation
- Option B — Version sans code
 - Utilisation de GPT (prompt engineering avancé)
 - Workflows automatisés via Notion / Make / Zapier
 - Templates d'analyse IA pour suggestions instantanées
 - Système no-code de classement & priorisation

Spécialités demandées :

IA & Data (option A) , Business Analytics ,
Marketing stratégique , Innovation & tendances ,
Productivité IA (option B)



4 – 6 mois



1 stagiaire

Technologies :

Option A (avec code) : Python , APIs TikTok / Spotify / Instagram , Pandas / NumPy ,Power BI (visualisation)

Option B (sans code) : GPT (OpenAI / ChatGPT) , Notion / Airtable , Make / Zapier (automatisation) ,Google Sheets

SUJET 6 : STRATÉGIE DE SPONSORING DATA-DRIVEN POUR BTL



Mission :

Développer une stratégie de sponsoring basée sur les données afin d'augmenter les chances de convaincre des sponsors nationaux et internationaux pour les marques Andiamo et Wkayet de Born To Lead (BTL).

Le stagiaire devra analyser les audiences, l'impact des événements, les données marketing, et construire une approche sponsor qui s'appuie sur des KPIs, des arguments chiffrés, et des modèles de valorisation claire.

L'objectif est d'obtenir un système professionnel, structuré et réutilisable pour chaque événement BTL.

Les fonctionnalités comprennent :

- Analyse des audiences (segmentation, taille, comportement digital)
- Étude des sponsors potentiels & mapping du marché
- Modèle de valorisation sponsor basé sur des KPIs
- Création de packs sponsor data-driven
- Modèle d'argumentaire sponsor basé sur l'impact réel
- Process de prospection & suivi des discussions
- Reporting simple et automatisé pour présenter la performance

Technologies :

Power BI (analyse & visualisation) , Excel / CSV , Benchmarks & études comparatives ,Python (optionnel – automatisation / scoring sponsor)

Spécialités demandées :

Marketing , Business Development , Business Analytics , Stratégie commerciale



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 7: PÉNÉTRATION DU MARCHÉ B2B – ÉVÉNEMENTS PRIVÉS & SÉMINAIRES ENTREPRISES

BTL

Mission :

Analyser le marché tunisien des événements B2B (séminaires privés, team buildings, lancements de produits, fêtes d'entreprise) afin de permettre à Born To Lead (BTL) de pénétrer ce secteur et de lancer une offre corporate complète. Le stagiaire devra étudier les besoins des entreprises, les attentes du marché, la concurrence, les prix pratiqués et les opportunités potentielles. Il travaillera avec des KPIs de marché (taille, potentiel, segments, pricing) pour structurer une stratégie d'entrée efficace.

Les fonctionnalités comprennent :

- Analyse du marché B2B : besoins, budgets, attentes des entreprises
- Segmentation des types de clients (PME, grandes entreprises, écoles, institutions...)
- Étude de la concurrence locale (offres, prix, forces/faiblesses)
- Identification des opportunités de positionnement pour BTL
- Recommandations stratégiques pour l'offre BTL Corporate
- Reporting synthétique

Technologies :

Google Forms / Typeform (enquêtes) , Excel / SPSS (analyse de marché) , PowerPoint (stratégie & recommandations)

Spécialités demandées :

Marketing , Business Development , Études de Marché , Stratégie Entreprise



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 8 :SYSTÈME D'OPTIMISATION DES TÂCHES POUR LA PRODUCTION DES ÉVÉNEMENTS

BTL

Mission :

Développer un système centralisé permettant d'optimiser l'organisation des tâches liées à la préparation, la production jour-J et la post-production des événements de Born To Lead (BTL).

Le système devra structurer l'ensemble des missions de chaque équipe (production, communication, booking, logistique), suivre l'avancement du travail, améliorer la coordination interne et réduire les retards.

Le stagiaire devra travailler avec des KPIs de productivité et d'avancement pour optimiser l'efficacité opérationnelle.

Les fonctionnalités comprennent :

- Gestion des tâches : création, assignation, priorités
- Avancement du travail : statut des missions (à faire / en cours / terminé)
- Gestion des équipes : répartition des responsabilités
- Suivi logistique & production jour-J : checklists simples
- Planification & deadlines : calendrier de coordination
- Performance globale : KPIs opérationnels synthétiques
- Reporting automatisé : état d'avancement des projets

Technologies :

Notion ou Airtable (gestion des tâches & base centrale) , Power BI (visualisation & reporting) ,Excel / CSV ,Python (automatisation optionnelle)

Spécialités demandées :

Business Analytics , Business Intelligence



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 9 :PROJET “L’ASCENSEUR” – SYSTÈME DE MISE EN VALEUR DES ARTISTES & ÉVÉNEMENTS

BTI

Mission :

Développer une stratégie marketing et data-driven permettant de créer une tendance, lancer des artistes ou mettre en valeur des événements sous les marques Andiamo et Wkayet.

Le système devra s'appuyer sur :

- du marketing implicite,
- les mécaniques algorithmiques de TikTok,
- l'usage de contenus viraux,
- et l'analyse de données comportementales,

afin d'augmenter la visibilité naturelle, générer des tendances culturelles et accélérer l'émergence d'artistes.

Les fonctionnalités comprennent :

- Stratégie de lancement d'artistes & événements
- Analyse des tendances TikTok et contenus viraux
- Identification des leviers de viralité (sons, formats, algorithme)
- Plan implicite de communication (soft marketing)
- Système d'analyse de performance (KPIs synthétiques)
- Recommandations stratégiques pour “faire émerger” un artiste ou une tendance

Technologies :

TikTok Analytics , Notion / Airtable , Google Trends , Outils de veille social media , Power BI

Spécialités demandées :

Marketing , Business Analytics



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 10 : BENCHMARK INTERNATIONAL DES CONCEPTS & TENDANCES ÉVÉNEMENTIELLES

BTL

Mission :

Réaliser un benchmark international des concepts événementiels émergents : festivals innovants, expériences immersives, tendances musicales mondiales, nouveaux formats artistiques, modèles internationaux et concepts créatifs pouvant être adaptés aux marques Andiamo et Wkayet de BTL.

L'objectif est d'identifier les innovations les plus pertinentes, d'évaluer leur faisabilité en Tunisie et de fournir des recommandations stratégiques basées sur des données et des KPIs.

Les fonctionnalités comprennent :

- Analyse des concepts émergents à l'échelle internationale
- Étude des tendances musicales, culturelles et artistiques
- Analyse des modèles événementiels innovants
- Évaluation de l'adaptabilité des concepts pour Andiamo & Wkayet
- Identification d'opportunités créatives & stratégiques
- Reporting synthétique basé sur KPIs (tendance, viralité, faisabilité, coût...)

Technologies :

Benchmark & Veille stratégique ,Google Trends , TikTok Creative Center , Statista / IFPI (optionnel) ,Excel / Docs pour reporting

Spécialités demandées :

Marketing , Business Analytics



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 11 : ÉTUDE DE MARCHÉ NATIONALE SUR LES ATTENTES DU PUBLIC TUNISIEN

BTL

Mission :

Mener une étude de marché nationale afin d'identifier les attentes, préférences, comportements et motivations du public tunisien concernant les événements des marques Andiamo et Wkayet.

Le projet doit analyser les tendances de consommation, les types d'événements recherchés, les fourchettes de prix acceptées, les artistes souhaités, les préférences régionales, ainsi que les critères qui influencent la participation.

Le stagiaire devra travailler avec des KPIs d'analyse de marché afin d'interpréter les résultats et fournir des recommandations stratégiques exploitables pour BTL.

Les fonctionnalités comprennent :

- • Collecte de données : questionnaires nationaux + entretiens ciblés
- • Segmentation du public (âge, région, budget, intérêts)
- • Analyse des motivations et freins
- • Étude des types d'événements préférés
- • Étude des artistes les plus demandés
- • Analyse des différences régionales
- • Synthèse des insights + recommandations (concepts, pricing, artistes, timing)
- Reporting final clair et actionnable

Technologies :

Google Forms / Typeform , Excel / CSV , SPSS ou Python (analyse optionnelle) , Power BI

Spécialités demandées :

Marketing , Études de marché , Business Analytics



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 12 : ÉTUDE DE MARCHÉ ALGÉRIE & LIBYE — STRATÉGIE DE PÉNÉTRATION POUR BTL

BTL

Mission :

Réaliser une étude de marché approfondie sur le secteur des événements en Algérie et en Libye, afin d'identifier les opportunités commerciales pour l'expansion des marques Andiamo & Wkayet.

Le projet inclut l'analyse de la demande, de la concurrence, des prix, de la réglementation et du comportement des consommateurs.

Le stagiaire devra également proposer une stratégie de pénétration du marché adaptée aux deux pays, appuyée par des données fiables et des indicateurs clés (KPIs synthétiques).

Les fonctionnalités comprennent :

- Analyse de la taille et du potentiel de croissance du marché
- Identification des segments porteurs (concerts, festivals, corporate, jeunesse, culture, premium...)
- Analyse du profil des consommateurs : pouvoir d'achat, habitudes, attentes
- Étude de la concurrence locale et internationale
- Analyse des contraintes réglementaires & pratiques locales
- Proposition d'une stratégie d'entrée : partenariats, pricing, formats d'événements, communication
- Reporting synthétique pour appuyer la décision de lancement

Technologies :

Google Trends , Questionnaires / Interviews , Desk research (sources internationales & régionales) ,Analyse comparative (benchmark) ,Excel / PowerPoint (reporting)

Spécialités demandées :

Marketing , Études de marché , Business Analytics



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 13: LANCEMENT D'UNE NOUVELLE MARQUE SPÉCIALISÉE DANS L'ORGANISATION DE MARIAGES EN TUNISIE

BTL

Mission :

Développer une stratégie complète pour lancer une nouvelle marque BTL spécialisée dans l'organisation de mariages haut de gamme et modernes en Tunisie.

Le stagiaire devra travailler sur : la pénétration du marché tunisien, le branding, le positionnement, l'analyse concurrentielle et les KPIs de performance.

L'objectif est de créer une identité forte, une offre innovante, et un plan de déploiement permettant d'implanter la marque rapidement et efficacement dans un marché très compétitif.

Le projet inclut également la définition des services, la segmentation clients, la proposition de valeur, ainsi que l'élaboration d'un plan de communication et d'acquisition.

Les fonctionnalités comprennent :

- Étude du marché du mariage en Tunisie (tendances, budgets, saisonnalité)
- Analyse concurrentielle (wedding planners, hôtels, agences)
- Construction du branding : nom, identité, style, positionnement
- Stratégie de pénétration : offres d'entrée, pricing, partenariats
- Segmentation & personas : couples locaux, diaspora, premium, budget
- Développement de l'offre : packages, services, options
- Plan de communication : digital, réseaux sociaux, influence, salons
- KPIs de performance pour mesurer la croissance et l'impact
- Recommandations stratégiques pour le lancement

Technologies :

Google Trends , Meta Business Suite ,Canva / Notion ,Excel / Sheets , Outils de benchmark & analyse , PowerPoint (stratégie finale) , photoshop (plus)

Spécialités demandées :

Marketing & Branding , Business Development



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 14 : RECHERCHE & CARTOGRAPHIE DES BAILLEURS DE FONDS, APPELS D'OFFRES CULTURELS & FINANCEMENTS ÉVÉNEMENTIELS

BTL

Mission :

Mener une recherche approfondie et structurée sur les bailleurs de fonds, institutions publiques, programmes internationaux, fondations, ONG, ainsi que les appels d'offres culturels et événementiels disponibles pour financer les projets de Born To Lead (BTL).

La mission inclut la cartographie des opportunités de financement, l'analyse des critères d'éligibilité, la segmentation des bailleurs, et la proposition d'une stratégie de positionnement et de candidature.

Le stagiaire devra travailler avec des KPIs pour mesurer la pertinence, la probabilité d'obtention et le potentiel de financement des différentes opportunités.

Les fonctionnalités comprennent :

- Cartographie des bailleurs (nationaux, internationaux, privés, publics)
- Analyse des appels à projets : culture, jeunesse, événementiel, innovation
- Segmentation : types de financements, montants, fréquence, critères
- Benchmark des projets financés (références, budgets, typologies)
- Stratégie de positionnement pour maximiser les chances d'acceptation
- Base de données interactive (avec filtres et priorisation)
- Reporting synthétique

Technologies :

Notion ou Airtable (base & structure) , Excel / CSV , Power BI (visualisation et reporting)

Spécialités demandées :

Business Development , Marketing , Business Analytics (pour scoring des opportunités)



4 – 6 mois



1 stagiaire

SUJET 15 : ÉTUDE DE MARCHÉ — ÉGYPTES & MOYEN-ORIENT (OPPORTUNITÉS POUR BTL)

BTL

Mission :

Réaliser une étude de marché approfondie sur l'Égypte et le Moyen-Orient pour évaluer les opportunités d'implantation et d'exportation des offres événementielles de Born To Lead (BTL). Le projet doit suivre la performance à l'aide de KPI pertinents (demande potentielle, segments cibles, prix acceptables, canaux de distribution B2B, potentiel sponsor).

L'objectif est de produire une stratégie d'entrée sur ces marchés (pénétration, partenariats, positionnement de marque Andiamo & Wkayet) et des recommandations opérationnelles et commerciales exploitables.

Les fonctionnalités comprennent :

- Analyse macro & micro-marché : taille du marché, tendances, saisonnalité, facteurs réglementaires.
- Segmentation clientèle : profils cibles (étudiants, jeunes actifs, corporate), attentes et pouvoir d'achat.
- Benchmark concurrentiel : acteurs locaux / régionaux, modèles économiques, forces & faiblesses.
- Opportunités artistiques & format : formats demandés (festivals, concerts, events hybrides, séminaires), artistes et concepts populaires.
- Écosystème sponsoring & partenaires : typologies de sponsors locaux, mécanismes de partenariat, attentes B2B.
- Stratégie de pénétration : priorisation géographique, canaux d'entrée, modèle commercial recommandé.

Technologies :

Google Trends , Questionnaires / Interviews , Desk research (sources internationales & régionales) ,Analyse comparative (benchmark) ,Excel / PowerPoint (reporting)

Spécialités demandées :

Marketing , Études de marché , Business Analytics

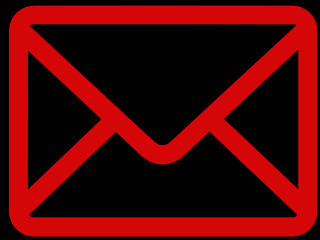


4 – 6 mois



1 stagiaire

PROCESSUS DE SÉLECTION



Joindre le cv
et mentionner la référence du sujet
(exemple : Stage 2026 - “ sujet”



Sélection et entretien
technique de 20 minutes
pour évaluer les compétences.



Validation des objectifs
du stage et définition
du calendrier prévisionnel.

Pour postuler envoyer un mail à :
contact@andiamoevents.com