

ensemble

LA LETTRE D'INFORMATION IFAG-ALUMNI, L'ASSOCIATION DES DIPLOMES DE L'IFAG

#62

SEPTEMBRE 2009

IFAG ALUMNI
Network attitude



Philippe Vincent

APRES UNE QUINZAINE D'ANNEES EN POSTE CHEZ SYSTEME U, PHILIPPE VINCENT A REJOINT L'ANNEE DERNIERE UNE AUTRE ENSEIGNE DE LA GRANDE DISTRIBUTION, EN DEVENANT DIRECTEUR NATIONAL DE LA STRATEGIE D'INTERMARCHÉ.

« Je travaille par plaisir »

Je ne me sens bien que dans des postes à grande autonomie intellectuelle et où le management de proximité a du sens ». Philippe Vincent, 41 ans (IFAG Lyon, Promo 1992), est depuis bientôt un an directeur de la stratégie du groupe Intermarché Entreprise International. Séduit par le projet ambitieux de remobilisation de l'enseigne des fameux Mousquetaires, il a en charge le renouvellement et l'animation d'un nouveau projet : mettre en réseau les chefs d'entreprise indépendants aux commandes des 2200 points de vente alimentaires en France. "L'objectif", estime le directeur, « c'est de les convaincre, de mobiliser leur énergie autour du bien-fondé d'orientations tournées vers le client. Il faut construire ensemble : un travail très stimulant, au cœur de la relation humaine ».

Une expérience éprouvée

Etudes et réflexions stratégiques, nouveau concept des points de vente, pilotage de projet à décliner avec les managers d'équipe... L'ancien IFAGuien connaît bien les rouages du fonctionnement des commerçants indépendants au sein de ce type de structure : il met au service d'Intermarché une expérience éprouvée auparavant pendant 15 ans chez son concurrent Système U.

« Je n'ai pas vu le temps passer »

"C'est ma double formation, commerciale avec l'IFAG et dans le secteur d'activité de Système U avec un BTS agro-alimentaire, qui m'a ouvert les portes de mon premier job", se souvient Philippe Vincent. « Je suis entré dans le merchandising et deux ans plus tard, j'ai intégré le service marketing de la région Grand Est. En 1999, j'ai rejoint le siège national en devenant responsable marketing des points de ventes ».

« Je ne m'attendais pas à rester 15 ans dans la même entreprise », avoue-t-il.

Mais c'est Système U, cette chaîne de petits distributeurs régionaux qui a le plus progressé ces dernières années en lui offrant à chaque fois la possibilité de mener à bien de nombreux projets : « Je suis heureux d'y avoir contribué ; je n'ai pas vu le temps passer ». Le challenge d'Intermarché le stimule tout autant. « L'enseigne des Mousquetaires reposait sur ses acquis depuis une dizaine d'années, c'est une belle endormie à réveiller : il faut mettre tout ça dans le bon ordre. Je n'ai pas peur de décloisonner les structures hiérarchiques. Moi, je vise l'efficacité et le résultat ».

LE RÉSEAU

« Je ne suis pas à proprement parler un animateur de réseau. Mais la grande distribution est un microcosme au sein duquel on se connaît forcément... Ce réseau m'a servi à me faire connaître et aussi à embaucher la plupart de mes collaborateurs, ce qui n'empêche pas l'embauche de sang neuf ».

L'IFAG

« Après mon BTS, je souhaitais intégrer une école de commerce et ça c'est très bien passé avec l'IFAG. L'enseignement est pluridisciplinaire, les étudiants sont issus de formations initiales très diverses qui apportaient, je m'en souviens, beaucoup de richesse aux travaux d'équipe ».

SES ASTUCES

La solution la plus efficace à un problème n'est pas forcément de prendre une ligne droite pour y parvenir. Il faut d'abord avoir une vision stratégique des choses, savoir où aller, profiter des opportunités et des fenêtres de tir possibles même si on prend des chemins de traverse. C'est dans ce type de situation que je me sens le plus à l'aise ».

www.ifag-alumni.com

De l'art de la guerre appliqué au développement stratégique et aux réseaux.

L'avantage pour nous de décrypter la stratégie militaire et d'en faire un parallèle vers le développement de réseau est double : tout d'abord il est beaucoup plus facile de comprendre les mouvements des troupes sur un champ de bataille que d'avaloir 18 chapitres du Strategor, mais surtout, en nous inspirant des erreurs et des succès des grands stratèges de l'histoire tels qu'Attila, César, Alexandre, Mao, Sun Tzu ou Napoléon, nous découvrons des techniques simples et éprouvées.

Répartir judicieusement ses ressources

Mao a mis à genoux l'armée impériale chinoise avec une troupe de paysans peu entraînés, mal armés, et sans discipline grâce à une logique de guérilla : distiller un minimum de ressources vers des ouvertures multiples, chacune étant analysée, puis soit abandonnée soit développée en forme pyramidale. Il s'agit de la technique développée par Amway (une des sociétés de vente directe les plus prospères au monde.) d'abord aux USA, puis dans le reste du monde. Elle permet une extension de réseau extrême-

ment rapide et peu gourmande en ressources humaines ou matérielles.

Transgresser les codes établis

La logique du fou de guerre, inventée au moyen âge pour pimenter un peu des batailles trop codifiées par le code d'honneur des chevaliers, consistait littéralement à armer le fou du village pour générer un effet de surprise totale chez l'adversaire par l'introduction d'un élément incontrôlé. J'ai souvent constaté dans mon expérience professionnelle que le respect des règles ne produit que des politiciens. C'est l'audace et l'imagination qui créent les héros.

N'hésitons plus à constituer nos réseaux sur une base atypique, brisant les codes et imaginant des règles nouvelles. Par exemple que penser du succès incroyable des entreprises qui ont développé des modèles non rentables, basés sur la gratuité totale.

S'organiser en cellules autonomes décisionnaires

César puis Napoléon ont constitué d'immenses empires, avec des armées 3 à 4 fois moins

importantes que celles des territoires conquis. Ainsi, grâce à son étonnante logique d'organisation militaire, César gagna la guerre des Gaules avec moins de 50 000 légionnaires, face à plus de 250 000 Gaulois.

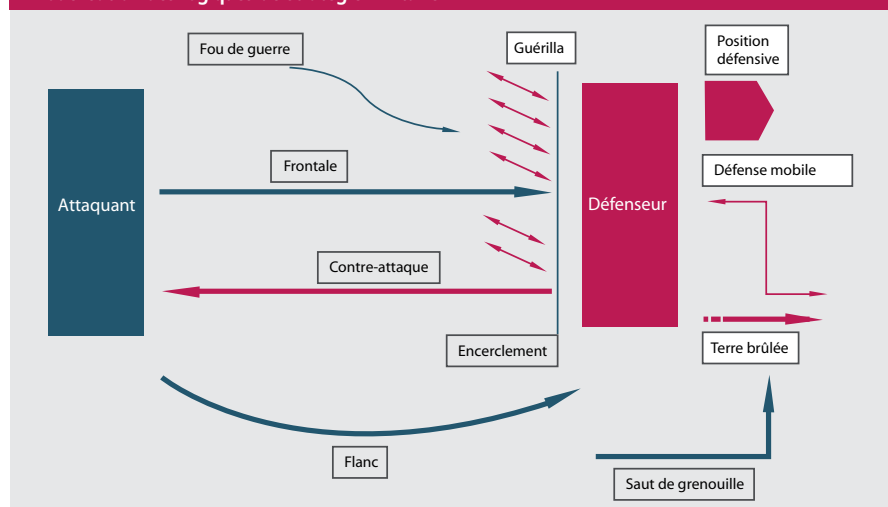
Plutôt que de constituer une armée dirigée par un général, ces deux conquérants ont conçu une organisation poly-cellulaire de leurs forces : la création de groupes indépendants de 100 hommes, chacun dirigé par un centurion formé dans les meilleures écoles de guerre du monde (l'école militaire pour Napoléon), hautement spécialisés, auto apprenants, auto adaptants et auto organisants. Ces cellules autonomes, toutes conscientes de l'objectif final de la bataille, étaient capables de prendre en temps réel les décisions les plus adaptées à leur situation.

La non-dépendance opérationnelle à un seul décisionnaire augmentera toujours la performance de toute forme d'organisation ■

Dates clés de Guillaume Finck

- Depuis 2004 : créateur et dirigeant d'Ilios Conseil (Stratégie et organisation d'entreprise)
- De 1999 à 2004 : responsable stratégie du Groupe Bénéteau
- Avant 1999, dirigeant aux EU de la filiale américaine de VMC (articles de pêche)

Modélisation des logiques de stratégie militaire



Lexique : Fou de guerre : erratique, ne respecte pas les règles (Google) - Frontale : toutes les forces sont projetées en une seule attaque (guerre des prix) - Flanc : Attaque par un substitut - Encerclement : enfermer l'adversaire dans un marché que l'on a bloqué - Saut de grenouille : attaquer le capital de l'adversaire - Guérilla : attaques sporadiques, recherche du point faible - Terre brûlée : détruire le marché (Free pour les télécom payantes) - Défense mobile : changer de marché plus vite que l'adversaire - Position défensive : fortifier une position de niche.



Posez vos questions réseaux à Guillaume Finck

Intervenant en Management et stratégie à l'IFAG Angers
www.ilios-conseil.com



Sébastien Le Hingrat

24 ANS, PROMOTION 2007, ANGERS. CHEF DU MARCHÉ ACCESSOIRES AUTOMOBILES CHEZ ROADY-ITM AUTOMOBILE A BONDOUFLE (ESSONNE), ENSEIGNE FRANCHISÉE DU GROUPE DES MOUSQUETAIRES.

En quoi consiste votre métier aujourd'hui ?

Je suis responsable du marché des accessoires automobiles disponibles dans la partie magasin des centres Roady (130 points de vente en France). On entend par accessoires tous les équipements intérieurs et extérieurs, des porte-vélos aux housses de sièges, en passant par l'électronique embarquée (auto-radios, avertisseurs de radars...).

Mon travail est réparti en deux tâches principales. La première, est la création des gammes permanentes proposées aux adhérents en cohérence avec la stratégie, le positionnement de l'enseigne et la concurrence. A ce titre, je participe à des salons, je rencontre les fournisseurs, je m'informe des produits concurrents et j'analyse le marché...

La seconde partie de mon travail, est la définition de gammes promotionnelles de produits disponibles pour une période saisonnière, selon un cahier des charges qui tient compte du marché et de la concurrence. Je mets en place des offres, en créant par exemple un « kit vacances » pour l'été. Je gère des projets transversaux, comme une opération de marketing pour Noël : « grand jeu concours Roady ». Depuis peu, je suis en charge de développer la nouvelle stratégie web de l'enseigne.

Quelles sont les qualités requises pour l'exercer ?

La principale qualité requise, c'est être pro-actif. Il faut être curieux, trouver de nouvelles idées, de nouveaux produits... De la rigueur aussi, car je gère un grand nombre de dossiers et suis en contact avec de nombreux fournisseurs. Enfin, avoir un bon esprit de synthèse est important, afin de ne garder que les informations essentielles.

A l'avenir, aurez-vous besoin de formation complémentaire pour évoluer et si oui, laquelle ?

J'ai des besoins concernant les nouvelles technologies et le web, je suis en ce moment une formation dans ces domaines. Ces nouvelles techniques me plaisent et peuvent m'ouvrir à de nouvelles opportunités professionnelles.

On s'oriente vers de nouvelles compétences et la vente de nouveaux accessoires... On souhaite proposer de nouveaux services afin de limiter l'évasion de la clientèle vers les sites de vente en ligne.

La formation IFAG vous a-t-elle permis d'aborder ce métier dans de bonnes conditions ?

Ce qui m'a servi, c'est le côté pragmatique de la formation : l'IFAG nous fait faire beaucoup d'études de cas, comme le DIAG, le KCRÉA... Les techniques de marketing aussi m'ont été utiles, je continue à me servir des matrices du DIAG, par exemple. Ces outils sont bien faits et adaptés à mes besoins. Tout ce qui concerne le contrôle de gestion, aussi. En cours, c'est rébarbatif, mais lorsque l'on travaille sur un compte d'exploitation, on se rend vite compte de son intérêt.

Quelles sont les perspectives d'avenir dans votre métier, votre secteur ?

Ce que je constate, comme dans tous les secteurs, c'est une grande agressivité concurrentielle depuis le début de la crise. Il faut redoubler d'efforts pour garantir le chiffre d'affaires et les marges des magasins. On s'oriente donc vers de nouvelles compétences et la vente de nouveaux accessoires. Notre objectif, c'est aussi de rendre aisé le choix des consommateurs dans nos rayons. On souhaite également proposer de nouveaux services afin de limiter l'évasion de la clientèle vers les sites de vente en ligne.

ZOOM SUR ROADY

Enseigne du groupement Les Mousquetaires spécialisée dans les accessoires automobile

- Base-Lise : "Tout vous conduit chez Roady"
- Plus de 140 Roady en France
- 3500 produits auto en libre-service
- 1 école de formation intégrée

Une coach qui motive vos équipes commerciales

PORTRAIT DE MARYLINE COURTADON (NEE RESTUCCIA), NOUVEAU RELAIS EN REGION PROVENCE ALPES COTE D'AZUR

Maryline Courtadon a choisi l'IFAG pour son alternance Théorie/Pratique en entreprise (IFAG Montluçon 1991). Après 1 an comme Ingénieur Commercial à l'OCP dans la filiale informatique, Maryline a passé plus de 13 ans dans le groupe Xerox comme Ingénieur d'Affaires et District Manager. C'est à la Cegos - leader européen de la formation - que Maryline a développé son expertise dans la formation et le coaching des équipes commerciales.

Depuis 1 an, Maryline s'est installée à Cannes et développe cette activité de conseil en communication commerciale sur l'ensemble du territoire, à titre indépendant. Elle devient également Ressource pour l'association IFAG Alumni dans l'organisation de Resto Reso, persuadée que le Réseau est avant tout chose, source d'échanges et d'enrichissement.



■ **Ce qu'elle apporte à Ifag Alumni** : son enthousiasme et l'extension du réseau d'ifagiens dans le sud est de la France.

■ **Ce qu'elle aime à Ifag Alumni** : l'échange et l'enrichissement. La mise en relation rapide et simplifiée avec les autres.

Canada : quand la réciprocité est payante !

LAURENT MAISONNAVE, RELAIS IFAG ALUMNI AU CANADA AIDE LES IFAGUIENS QUI VEULENT S'EXPATRIER. CES DERNIERS LE LUI RENDENT BIEN.

Thibault Beaujot, Ifag Toulouse, entre en relation avec Thierry Boiron grâce à Laurent Constantin le Président d'IFAG Alumni. En octobre 2008, Thibault intègre Boiron Canada en stage. A son arrivée, Laurent Maisonnave, installé au Canada depuis plusieurs années, aide le jeune Ifaguien à s'intégrer dans ce nouvel environnement.

En Mars 2009, Thibault met en relation Laurent Maisonnave - Président fondateur d'une Web agency en plein essor - et le PDG de Boiron Canada afin qu'il propose une stratégie web. Mai 2009, Laurent devient le consultant Web-marketing de Boiron Canada. Juillet 2009, Laurent fait la présentation du travail effectué et des travaux en cours à Thierry



Boiron, DG Boiron Monde, lors de sa visite au sein de la filiale canadienne. De son côté Thibault Beaujot vient d'être embauché en VIE. Développer le réseau, c'est bien... le partager, c'est mieux !

Contacte ton relais Canada :

Laurent Maisonnave : laurent@zelaurent.com

IFAG ALUMNI Network attitude

COURS DE NETWORKING

IFAG Alumni souhaite transmettre son expertise réseau.

En accord avec l'école, l'association va délivrer un cours aux ifagiens de 1ère année. Ici les bénévoles d'Alumni jouent un rôle crucial puisque ce sont eux qui répercutent la bonne parole dans toutes les écoles.

Cette année, nous allons demander aux étudiants d'apprendre à faire du réseau. Les 2e année devront trouver leur parrain professionnel et les 3e année organiser un Resto-Reso.

En tant que diplômé, tu seras peut-être amené à être contacté. N'hésite pas à les aider pour faire vivre le réseau.

SERVICE AU RÉSEAU

Pour toi, pour le réseau, pense à mettre à jour tes coordonnées sur www.ifag-alumni.com !

NPAI ?

Perdus de vue ?

Si tu as des informations sur ces diplômés, merci de le faire savoir à n.ravillard@ifag-alumni.com :

- Ludivine Buchin (Auxerre - 2000)
- Philippe Gaury (Paris - 1995)
- Axel Barret (Lyon - 1995)
- Julien Caban (Angers - 2005)
- Denis Protat (Toulouse - 1980)

Nous pourrions les contacter pour mettre à jour leurs coordonnées et rendre ainsi un meilleur service au réseau.

Adhère en ligne !
www.ifag-alumni.com
 C'est rapide et sécurisé !

RESTE CONNECTÉ
avec le réseau...

IFAG ALUMNI
Network attitude
www.ifag-alumni.com

facebook
www.facebook.com

viadeo
www.viadeo.fr

LinkedIn
www.linkedin.com

Apec
www.apec.fr