

ensemble

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

#59
MAI 2009

IFAG ALUMNI
Network attitude



Daniel Giroud

DIRECTEUR DES OPÉRATIONS CHEZ MARIONNAUD DEPUIS 2006, IL A SUIVI EN PRESQUE 20 ANS UNE TRAJECTOIRE ASCENSIONNELLE RÉGULIÈRE QUI LE CONDUIT AUJOURD'HUI À DIRIGER 560 MAGASINS, 270 INSTITUTS ET 5000 SALARIÉS POUR 860 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES.

Le doute n'a pas sa place dans la carrière professionnelle de Daniel Giroud, 45 ans.

Dès le départ d'un parcours dans la vie active, en 3ème année de l'IFAG Toulouse (P 88) chez Auchan en tant que chef de rayon stagiaire, jusqu'à son actuel poste de directeur des opérations du groupe Marionnaud, un seul leitmotiv : la notion de challenge. « C'est ce qui me plaît », confirme Daniel Giroud, à savoir **la mise en adéquation du potentiel d'une entreprise avec le marché.**

Après le secteur de la grande distribution, Daniel Giroud a additionné les postes à responsabilité croissante dans les grandes marques de l'équipement de la personne : Etam, Bata, Claire's accessories, Benetton... « Aujourd'hui, je connais sur le bout des doigts ce marché et ses contraintes. Le "retail", c'est comme une voiture de course : tout doit être réglé au millimètre pour que ça fonctionne bien. Je dois donc veiller sur tout à la fois ». En témoigne l'éventail de ses responsabilités : en plus du développement des magasins et instituts, le directeur des opérations supervise la direction de l'expansion, des travaux, de la sécurité.

« On a les équipes qu'on mérite »

Il s'agit assurément du plus gros chantier de sa carrière. Mais pour augmenter les parts de marché du groupe Marionnaud face à ses concurrents, Daniel Giroud est clair : « le métier est devenu de plus en plus pointu en terme de gestion des coûts, avec des outils de plus en plus sophistiqués ».

« Je dois prêter attention aux salariés que je dirige, afin qu'ils s'approprient ces outils. On a les équipes qu'on mérite : je sais que je peux compter sur elles, car elles savent qu'elles peuvent compter sur moi. D'un côté il y a le produit, de l'autre, des équipes à valoriser pour obtenir le résultat que l'on souhaite. **Ce sont les hommes et les femmes de l'entreprise qui font la différence** ».

Une affaire de loyauté d'une part, mais aussi de proximité. « Je me suis rendu sur place dans environ 530 magasins, sur les 560 enseignes Marionnaud en France. Je connais les lieux, les salariés, je me rends disponible. J'y passe du temps, évidemment. Mais c'est normal : je dois bien ça à mes équipes » ■

LE RÉSEAU

Mon niveau d'expertise croissant m'a régulièrement positionné sur de nouveaux challenges. A chaque changement d'entreprise, ce sont des cabinets de recrutement qui m'ont contacté. Le réseau m'a servi de recommandation en fin de recrutement, en servant de garantie ».

L'IFAG

C'est loin, mais pas tant que ça. L'IFAG est la seule de mes formations (BTS commerce international, DESS marketing) au cours de laquelle je ne me suis pas ennuyé. Des intervenants très opérationnels m'ont appris à l'IFAG des préceptes simples que j'ai mis rapidement en place chez Auchan, et que je continue à mettre en œuvre aujourd'hui.

DES ASTUCES...

Dans plein de domaines. Par exemple, je prête attention au regard des salariés dans un magasin, si l'objectif est de le racheter. Je vois tout de suite si la boutique tourne bien ou pas.

www.ifag-alumni.com

Activer son réseau : une attitude plus qu'une technique.

Les techniques classiques de « réseautage » sont connues : classer ses contacts, lister les guides de prospects, participer à des conférences, profiter des réseaux sociaux, etc. A l'heure où les utilisateurs de Facebook (120 millions en 2008) croissent de 3%... par semaine, il peut paraître présomptueux d'affirmer que ces techniques sont vouées à perdre en efficacité. Pourtant...

La crise actuelle souligne avec encore plus d'acuité qu'hier l'inexactitude du postulat selon lequel l'homme aurait un comportement prévisible dicté d'abord par des choix rationnels.

Comme le soulignait dès 2006 un éditorial du New York Times, « l'économie, qui suppose que les individus sont fondamentalement raisonnables et réagissent sans détour aux sollicitations, n'est plus la reine des sciences sociales¹ ». Ce constat, qui modifie sensiblement l'art et la manière pour une entreprise de gérer sa communication interne et externe², modifie également celle par laquelle un individu crée et entretient son réseau.

Car, fondamentalement, on redécouvre une évidence : ce qui nous pousse à agir, ce sont d'abord nos émotions³. "Mobiliser" efficacement quelqu'un, c'est en premier lieu l'émuvoir, faire vibrer une corde au plus profond de son être. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si, en management comme en marketing, (re)flourissent les concepts d'"intelligence émotionnelle"⁴, d'"intelligence sensible"⁵, ou d'"emotional branding"⁶.

Comparatif technique et aptitude au développement de réseau :

Technique de développement de réseau	Aptitude au développement de réseau
Technique faisant appel d'abord à la logique et à raisonnement	Aptitude faisant appel d'abord à la sensibilité et l'empathie
Je classe mes contacts en fonction de mes objectifs	Je m'ouvre à mes contacts sans présumer de leur capacité à m'être utile
J'utilise en priorité l'écrit et les outils virtuels (réseaux sociaux, e-mailing...)	Je donne la priorité à la rencontre et au non-verbal
Le succès repose sur le quantitatif et l'organisation (ciblage, suivi, relance)	Le succès repose sur le qualitatif et ma capacité à « lâcher prise »
Je me fixe des objectifs et essaie de les atteindre	Moins je m'en fixe plus j'ai de chances de réussir
Je cherche à réduire le hasard et les marges d'incertitude.	Je favorise la chance en accueillant l'imprévu.

Comment s'y prendre ?

Nous avons tenté d'identifier, dans le tableau ci-contre, les grands traits de ce que pourrait être l'aptitude au développement de réseau : capacité à être ému (tant il est vrai que pour susciter une émotion, il faut d'abord la ressentir), priorité donnée à la rencontre physique (plus apte à laisser passer nos émotions) plutôt qu'aux outils de communication, et curiosité portée à l'autre sans préjuger en quoi il peut m'être utile. Ces qualités sont, on le voit, foncièrement différentes de celles requises pour maîtriser les techniques de développement de réseau.

Alors, maîtrise technique ou aptitude comportementale ? Bien sûr les deux sont complémentaires, mais pour notre part nous parions sur la seconde, parce qu'elle fait appel à des ressorts plus profonds ■

Dates clés Thomas Piettre Leclair

- 12 ans d'expérience en com chez l'annonceur
- Depuis 2005 : créateur et gérant de l'agence Com On Light, une communication lumineuse
- Compétence : conseil et formation en communication, réalisation de supports print et web



Posez vos questions réseaux

à Thomas Piettre Leclair

Intervenant en Communication à l'IFAG Nîmes

www.comonlight.com

¹ « Economics, which assumes people are basically reasonable and respond straightforwardly to incentives, is no longer queen of the social sciences », David Brook, « Questions of Culture », New York Times, 19 février 2006.

² Thomas Piettre Leclair, L'implication en question(s), 2006,

³ L'émotion n'est-elle pas, étymologiquement, ce qui met en mouvement ?

⁴ Daniel Goleman, L'intelligence émotionnelle, Robert Laffont, 1999

⁵ Christine Cayol, L'intelligence sensible : Picasso, Shakespeare, Hitchcock au secours de l'économie, Village Mondial, 2003.

⁶ Mark Gobe, Emotional branding, the new paradigm for connecting brands to people, Watson-Guptill Publications, 2001.



SODEVI à Cébazat, Puy-de-Dôme. 10 sociétés, 429 salariés, 53,7 M€ de chiffre d'affaires. Augmentation de 10 % des ventes en 2007.

Laurence Godard

37 ANS, PROMOTION 1996, MONTLUÇON. DIRECTRICE COMMERCIALE DU GROUPE SODEVI, SECTEUR HYGIÈNE



En quoi consiste votre métier aujourd'hui ?

Je suis directrice commerciale chez SODEVI, une société familiale de fabrication et de distribution de détergents et désinfectants à usage industriel dans le secteur de la collectivité du CHR et de l'industrie agro-alimentaire. Je supervise une équipe de 14 vendeurs de terrains en région Centre, dans 9 départements. Je suis également chargée du recrutement et du développement sur mon secteur.

Quelles sont les qualités requises pour l'exercer ? On vend des produits d'entretien dont

personne ne peut se passer. Mais comme le produit n'est pas valorisant en soi, on n'est jamais le vendeur le plus attendu. Il faut de l'enthousiasme, de la motivation, avoir le goût du challenge et l'esprit d'entreprise : en bref, avoir la foi. Et ne pas se poser de questions : foncer, savoir rapidement analyser le positif et le négatif. J'ai un rôle de locomotive pour l'équipe ; quand ça ne va pas, je frappe aux portes avec les commerciaux.

A-t-il changé ces dernières années et si oui, en quoi ? Le métier n'a pas changé en lui-même, il s'est durci en termes de capacité à vendre. Quand la trésorerie est plus tendue, les clients comparent plus les prix. Désormais il faut démarcher plus pour faire le même chiffre d'affaires, travailler et se bat-

tre plus. C'est plus difficile qu'il y a 10 ans, car nos parts de marché ne sont pas exponentielles.

Quelles sont les perspectives d'avenir ? Je vends des produits indispensables, mais très concurrents. Actuellement, il ne reste que 4 ou 5 grosses structures en Europe qui ont fermé le marché via des référencements et des négociations "grands comptes". Cependant, cette tendance a ses limites car les prestations de ces groupes ne sont pas forcément bonnes, avec des produits inadaptés. Nos perspectives d'avenir, c'est la qualité des produits, du service commercial et du service après-vente. Nous avons en main des atouts à utiliser : une réactivité et des prestations uniques et sur mesure». ■

BUZZ RECRUT'

Emploi en milieu bancaire

Les banques devraient procéder à **30 000 embauches par an** jusqu'en 2011 !

■ Lire la suite sur www.ifag-alumni.com/banques/

Info flash



■ **Son cœur de métier :** le recrutement (60 %) et l'outplacement (40%)

■ **Les profils recherchés :** Middle et Top Management, les plus adaptés aux besoins de leurs clients.

■ **Sa philosophie :** Approche sur mesure avec le souci d'optimiser le capital humain de chacun. Respect de l'identité et de la culture des clients et des candidats.

■ Ses plus :

- Proximité exprimée à travers la signature de mandats exclusifs.
- Adaptations aux mutations sectorielles des consultants selon leurs pôles d'expertise (Banque et Assurance, Audit & Conseil, Finance & Fiscalité, Juridique & RH, Ingénieurs & Techniciens, Commercial & Marketing, Distribution).
- La présence d'un « Département Chasse » dédié à l'approche directe de cadres supérieurs.

■ **Ses chiffres :** 11 collaborateurs. Pas plus de 20 mandats gérés simultanément.

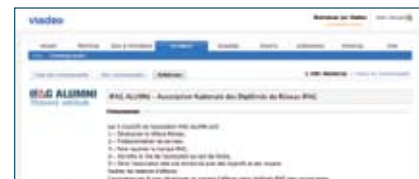
Contact sur Paris : Jean-Mathieu HALLOPEAU

jmhallopeau@sapiancerh.com

Tél. : 01 40 82 19 75 - www.sapiancerh.com

Partenariat

IFAG-ALUMNI ET VIADEO



Si tu es diplômé(e) de l'Ifag, tu as un accès Premium - à vie - au sein de la communauté Ifag Alumni. Ainsi, tu pourras échanger et rentrer en contact directement avec les 1 350 membres actuels. Bonne Viadeo navigation !

■ Rejoins-nous sur www.viadeo.com

Voir les choses en grand !

PORTRAIT DE CHRISTOPHE MARCELIN, SECRETAIRE IFAG-ALUMNI ET RELAIS MIDI-PYRENEES

Le parcours de Christophe Marcelin s'articule autour de la notion de grandeur : la grande distribution, les grands comptes...

Dès sa sortie de l'IFAG Montluçon en 1996, il devient responsable Rayon Cycle Chez Décathlon à Clermont-Ferrand. A la tête d'une équipe de 8 personnes, il maîtrise la gestion du rayon (management, stock, politique commerciale). Deux ans plus tard, il prend le poste de Responsable Commercial chez Douce SA, spécialisé dans le négoce des condiments pour la GMS. En 1999, il rentre chez Védial (St-Hubert, Le fleurier) pour s'occuper du secteur Auvergne-Limousin auprès de la GMS et des centrales d'achats régionales.

En 2000, il migre vers Toulouse toujours pour Védial. En 2002, il est promu Responsable Merchandising à Paris pour les centrales Nationales de Leclerc, Super U et Intermarché. **En 2004, il rejoint le Groupe Fiducial Office Solutions à Toulouse, en charge des Grands Comptes pour la fourniture de bureau.** Organisateur sans faille, il met en place une quinzaine de Resto Reso depuis 4 ans et donne des cours de Networking à L'IFAG Toulouse. En Août



2008, il renforce son implication et devient secrétaire de l'association IFAG Alumni.

- **Ce qu'il apporte à Ifag Alumni :**
son temps, son engagement et ses connexions
- **Ce qu'il aime à Ifag Alumni :**
la découverte de nouveaux diplômés, l'ambition de l'association

Festival d'humour à Joulouse

IL RESTE 15 PLACES RESERVEES
AUX DIPLOMES DE L'IFAG !

Célébrités et gaieté sont attendues au Festival d'Humour qui aura lieu le 22 avril au centre Altigone de Saint-Orens.

Des humoristes connus et d'autres moins connus feront le spectacle qui sera filmé en direct. Un succès au point que l'année dernière, Anne Roumanoff a enregistré son DVD sur cet événement. Alors,



réservez votre place auprès de nos relais car il n'en reste plus que 15 pour les diplômés de l'IFAG.

Contacte tes relais Midi-Pyrénées
Christophe Marcelin : 06 09 28 28 36
Olivier Bachelet : 06 86 79 22 39

IFAG ALUMNI Network attitude

L'IFAG PARLE AUX IFAGUENS



A Angers, le vendredi 5 juin à partir de 18h30 !

■ **Thématique :** « PME : gagner des marchés. Ambition et énergie du chef d'entreprises » par Jean-Bernard Kervoern Conseil en gestion de patrimoine

■ **Lieu :** dans les nouveaux locaux de l'Ifag Angers 19 rue Le Nôtre 49056 Angers Cedex 01

Cocktail dinatoire offert. Venez nombreux !

Réserve pour cette manifestation gratuite à l'adresse email suivante :
Mehdi Jellali : mehdijellali@ifag.com

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 :

- Hervé Arnaut (Paris - 1996)
- Corinne Beauvoir (Auxerre - 1995)
- Pierre Charvin (Lyon - 1980)
- Bénédicte Gelly (Toulouse - 1992)
- Edouard Kotula (Montluçon - 2002)

Nous pourrons 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