



La lettre de Chantal Baudron s.a.s.



Edito

La crise n'est pas synonyme de fatalité ni de passivité. La crise est propice à la remise en question et à la créativité. Chez Chantal Baudron s.a.s., l'actualité est riche en événements : la création de la communauté des ENGA, l'arrivée de deux nouveaux consultants, la mise en place d'une activité de coaching... Toute l'équipe de Chantal Baudron s.a.s. se mobilise pour traverser ces turbulences et remercie tous ceux qui lui font confiance. Le poste de responsable du e-commerce se classe dans le top five des fonctions demandées par nos clients en 2008. Parlons-en...

Actualités du cabinet

Mars 2009

Chantal Baudron s.a.s. crée l'évènement en fondant la communauté des ENGA

Derrière ce terme énigmatique, se cache un réseau exclusivement réservé aux candidats mis en place par notre intermédiaire, au moins une fois au cours de leur carrière professionnelle.

"ENGA" est le terme utilisé en interne par nos consultants pour les désigner.

Nous souhaitons aussi renforcer le lien avec les milliers de personnes qui forment cette communauté en leur proposant

des conseils (gratuits), point carrière, orientation et en leur offrant la possibilité d'entrer en relation avec les membres.

Pour rejoindre la communauté, il suffit de se connecter sur le site www.chantalbaudron.fr et de s'inscrire dans l'espace ENGA.

Chantal Baudron s.a.s. élargit ses pôles de compétences avec l'arrivée de trois consultants :

Florence Le Cam propose une activité de coaching ; elle accompagne les cadres supérieurs et les dirigeants dans leur développement potentiel et leur savoir-faire. Titulaire d'un DEA de psychologie sociale, d'un diplôme de management général de l'INSEAD/CEDEP, formée au coaching des cadres dirigeants, elle a occupé pendant de nombreuses années des responsabilités en entreprise, notamment chez Danone et au sein du groupe SFR.

Michel Hick spécialisé dans le recrutement de cadres dans le secteur des NTIC. Diplômé de l'Ecole de Commerce de Louvain, il a été informaticien en début de carrière puis a supervisé chez Rank Xerox l'organisation et les études informatiques. Directeur Général de CEPI, filiale informatique du pôle presse du groupe CEP, il a ensuite été

DAF d'Océ France. En 1990, il a créé et animé l'Institut Menware, cabinet conseil spécialisé dans le recrutement et la formation technique et managériale des informaticiens. Depuis 1994, il était Consultant senior chez Ernoul Search.

Elisabeth Morin, HEC, DECS. Après une première partie de carrière dans des fonctions marketing produits de grande consommation, elle a fait partie de l'équipe des associés créateurs du cabinet Sirca, accompagnant le développement de groupes industriels et de services, en les assistant dans la recherche et l'évaluation de leurs managers et spécialistes. Elle a présidé le réseau IMD International Search. Elle met au service de ses clients une expérience riche et diversifiée de près de trente ans, en France et à l'international.

Caroline Taylor

Zoom métiers

Le e-commerce : un nouveau métier, un profil à inventer

Avec des prévisions pour 2010 de 20 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le marché du commerce grand public sur Internet s'envole. Ce secteur en développement constant suscite ainsi les convoitises. En moins de dix ans, Internet a bouleversé les habitudes de consommation, 1 français sur 3 achetant en ligne.

Initialement "chasse gardée" des *pure players**, les marques ont su prendre leur place sur la toile. Elles ont dans un premier temps utilisé ce canal pour véhiculer leur image de marque à

l'aide de sites institutionnels permettant ainsi de développer une relation client apportant proximité et instantanéité. Plus récemment, les distributeurs tout comme les marques ont mis en ligne des sites Internet marchands s'inscrivant dans une réelle stratégie multicanale.

Notre cabinet, développant des relations de proximité avec ses clients, a suivi l'évolution du marché et a ainsi recruté de nombreux responsables de site marchands.

Zoom métiers

Le e-commerce : un nouveau métier, un profil à inventer

En 2008, la fonction directeur e-commerce, également appelée responsable Internet s'est inscrite dans le top five des missions menées. Les *pure players**, les véadistes ainsi que les enseignes traditionnelles nous faisant confiance pour mener leurs recrutements.

Face à la demande forte du marché et à la rareté des ressources compétentes dans le e-commerce, il est nécessaire de se poser les questions suivantes : comment trouver les bons profils et quelles sont les bonnes filières pour accéder à ce type de poste ?

En effet, la responsabilité de l'activité Internet nécessite des compétences variées. Cette activité est ancrée dans le commerce, des objectifs en termes de chiffre d'affaires devant être atteints. Néanmoins, la conquête des clients s'appuie particulièrement sur le marketing.

Aussi plusieurs cas de figures peuvent se présenter.

- La dimension marketing direct peut être privilégiée. L'expertise des candidats repose sur la définition et la mise en place de plans d'actions marketing direct multicanal (print, web, e-mailings, SMS, points de vente) en fidélisation et en création de trafic en magasin. Ils savent également définir une stratégie de ciblage et analyser la rentabilité des opérations.
- La connaissance du réseau peut être également une piste de réflexion. Dans les enseignes traditionnelles, la mise en

place d'un site Internet marchand ne se fait pas sans inquiétude pour le réseau de magasins existant qui craint le risque de cannibalisation, il est alors nécessaire d'éduquer son réseau à la création du site. Aussi faire évoluer un manager peut avoir un côté rassurant pour les équipes.

- Une troisième voie peut être également empruntée, celle d'un candidat issu du réseau ayant une expérience dans le web en tant que responsable d'un site non marchand, responsable marketing on line ou chef de projet. Les candidats occupant ce type de fonction peuvent avoir une formation initiale axée sur la dimension technique ou spécialisée dans le e-commerce. Il n'est pas rare que ces candidats aient un niveau d'expérience en deçà de ce qui est souhaité initialement.

La variété des parcours possibles pour accéder à un poste de responsable e-commerce nous amène lors de nos recrutements à avoir une collaboration encore plus étroite avec nos clients afin d'envisager les parcours de formation nécessaires et de bien cerner la culture de la société. Il est en effet important d'évaluer la personnalité des candidats notamment leur finesse d'esprit, leur subtilité, qualités nécessaires pour collaborer de façon constructive avec la direction commerciale tout en développant le canal du e-commerce.

Valérie Carré

** expression utilisée pour désigner une entreprise dont l'activité était exclusivement menée sur l'Internet*

Entretien avec un expert

Propos recueillis auprès de Toussaint Roze, fondateur et président directeur général du portail notrefamille.com, qui se positionne comme le portail de référence en matière de famille et d'identité.

Ce portail propose aujourd'hui à ses visiteurs (plus de 2 millions par mois) des produits créatifs et innovants centrés sur la famille et la généalogie. Nous nous flattons de compter notrefamille.com parmi nos clients.



Notrefamille.com, un modèle innovant d'e-commerce : Media Marchant Premium

Lancé en l'an 2000 à l'époque de la bulle Internet, Notrefamille.com a su s'adapter aux évolutions et trouver un modèle économique performant qui lui a permis de se développer, de créer des emplois et de s'introduire en Bourse sur Alternext. Notrefamille.com, c'est aujourd'hui plusieurs centaines d'actionnaires, particuliers ou investisseurs.

C'est un portail qui a multiplié les portes d'entrées avec 3 marques fortes et bien référencées qui permettent d'optimiser la génération d'un trafic important : cadeaux.com, généalogie.com et notrefamille.com. Ce trafic de plus de 50 millions de pages est dérivé en revenus e-commerce, en revenus d'abonnements pour accéder à 250 millions d'informations généalogiques, et en revenus publicitaires. Ce subtil mix de revenus a permis de développer un chiffre d'affaire d'environ 10 millions d'euros en 2007 avec une trentaine de personnes et un résultat d'exploitation largement positif.

Ces revenus reposent sur l'alliance d'un trafic très important généré grâce aux contenus très riches développés sur les sites, de services à haute valeur ajoutée en généalogie et d'une boutique de cadeaux vraiment originaux et personnalisés, dont les produits sont le plus souvent

disponibles uniquement sur nos sites grâce à des partenariats exclusifs avec nos fournisseurs.

Le développement du pôle media en parallèle de l'offre d'e-commerce a permis le recrutement et l'acquisition de nouveaux clients à coût maîtrisés, permettant d'optimiser la rentabilité de la société.

La quête d'identité, la généalogie, le retour à ses propres racines sont des sujets qui passionnent et rassurent les internautes de notre époque alors même que la vitesse et les ruptures technologiques bouleversent les habitudes et font perdre des repères.

Notrefamille.com continue de développer en permanence de nouvelles rubriques et de nouveaux services, comme "Cuisine" et "Mamans" lancés en 2008, et des forums qui évoluent régulièrement et viennent apporter des services complémentaires aux utilisatrices des sites.

Le trafic moyen du site dépasse maintenant 3 millions de visiteurs uniques par mois et classe la société parmi les 100 premiers groupes Internet français.

Maud Dutheil-Besset



Chantal Baudron
Conseil en recrutement de cadres et dirigeants

www.chantalbaudron.fr

61 boulevard Haussmann, 75008 Paris.
Tél : + 33 (0)1.47.42.58.20
cbsa@chantalbaudron.fr