



CR conférence ESSEC du 2 juin 2009

« Comment communiquer efficacement avec un budget compris entre 1500 et 50000€ »

Intervenants à la Maison des ESSEC :

Yseulys Costes : Présidente et la co-fondatrice du groupe 1000mercis, pionnier de la publicité et du marketing interactifs web et mobiles. La société a été classé par la presse économique l'une des 5 meilleurs entreprises de France en 2008.

Alexandre Farro: Président et co-fondateur de TiviPro « Faire parler les professionnels dont on ne parle jamais, voilà notre ambition. Nos régions regorgent de « pépites », d'entrepreneurs innovants. Nous mettons à la disposition des entreprises et collectivités une plateforme de diffusion vidéo intégrant les derniers outils du Web 2.0. »

Sibylle de Villeneuve : Directrice de Voice, Pôle Relations Presse de CRM Company Group. Voice a pour objectif d'accompagner le développement de ses clients en travaillant sur la construction et l'entretien de leur réputation et de leur image.

Isabelle Aimonetti : Directrice générale du Groupe Ag Partners – « Il n'y a pas de petit budget s'il est judicieusement investi. Nous répondons à la préoccupation des PME en optimisant leur stratégie multimédias nationale et internationale ».

Présenté et animé par : Brice Alzon (M03).

Dans la salle bondée de la MDE, plus de 120 responsables des PME et des experts en communication ont échangé sur la possibilité d'atteindre une grande diffusion pour des entreprises ne disposant pas des moyens de grands groupes.

Cette manifestation a été co-organisée par les clubs ESSEC Entrepreneurs, Marketing, Business et technologies, Communication en collaboration avec Telecom Paris Tech Entrepreneurs. Les entrepreneurs présents étaient principalement des anciens ESSEC, Télécom Paristech, des lauréats Tremplin Entreprise, des adhérents G2E, G9+ et des membres de France Entrepreneurs.

A l'ère de la société de l'information et de l'avènement d'Internet, toute entreprise se doit d'être présente dans le champ médiatique. Mais si chaque société a aujourd'hui conscience de cette nécessité beaucoup de PME estiment ne pas avoir les moyens financiers de développer cette plus value et hésite à s'affilier les services de professionnels de la communication.

Comment communiquer efficacement avec un budget compris entre 1500 et 50 000 euros ;

comment créer du Buzz sur Internet, quelles sont les missions exactes d'une Agence de communication, quelles sont les différences entre les relations publiques et la publicité. Tels étaient les thèmes centraux de la table ronde où sont intervenus 4 conférenciers :

Les intervenants se sont tous « prêtés au jeu » de la contrainte budgétaire et ont présenté chacun à leur manière des actions de communications efficaces pour une somme abordable. A ce titre Sibylle de Villeneuve de l'agence CRM Voice-entité de communication multi-canal dédiée aux "stratégies et contenus d'influence" - a développé l'importance d'une stratégie média et d'une identification des cibles avant de se lancer dans les communiqués de Presse. « *Mieux vaut développer la valeur de son message grâce à des rencontres avec des journalistes proche de son domaine d'activité plutôt que de se lancer dans des actions de mailing groupés et impersonnels* ». Pour illustrer son propos Sibylle est revenue sur deux actions phares de son agence : la communication en « one shot » qui s'inscrit dans un délai court (3 à 6 mois) pour une somme comprise entre 5000 et 10000€ et le développement d'une communication durable ; s'étalant sur un an. L'exemple de la société Kiala est un modèle de développement d'une communication durable faisant passer une marque de faible notoriété à une diffusion touchant le grand public pour un budget compris entre 30 et 50K€.

Yseulis Costes PDG de 1000mercis –entreprise phare dans le domaine du marketing interactif coté en bourse sur Alternext by EuronextTM Paris depuis le 08/02/06- est allée dans le sens d'une très grande précision dans le ciblage puisque cette société qui pratique l'e-marketing a proposé un panel de ce qu'il était possible de faire à partir de base de données via le mail, le phoning mais aussi par SMS pour que les messages commerciaux atteignent leur cible.

Isabelle Aimonetti, la Présidente du groupe AG Partner s'est présentée comme une agence de communication proposant un service de communication externalisé par rapport à la PME. C'est-à-dire un travail transversal offrant une réponse globale et proactive par rapport à la demande initiale du client. Les cas pratiques développés par l'agence nous ont donné un aperçu de ce qu'il était possible de faire avec différents budgets.

Enfin Mr Alexandre Farro le Président de Tivi pro - qui est à ce jour la plus grosse plate-forme de communication et de services vidéos pour le B2B - à évaluer les possibilités de buzz en rappelant que derrière un évènement de ce type se cache beaucoup de travail et a rappelé l'avantage décisif que constitue le support vidéo pour les entreprises souhaitant diffuser leurs avantages et se démarquer de la concurrence. Des cas pratiques chiffrés ont complété les présentations et ont permis d'évaluer en direct la pertinence des solutions proposées.

Les questions-réponses ont fusé dès la fin de l'intervention montrant la pertinence de l'évènement et l'ampleur de l'intérêt suscité par les interventions. Nous avons retrouvé au cours de ces interventions la teneur des débats qui se sont poursuivis jusque tard dans la soirée dans le cadre plus agréable d'un cocktail dinatoire.

Brice Alzon (M03)



Intervenants à la Maison des ESSEC, de gauche a droite:

Yseulys Costes : Présidente et la co-fondatrice du groupe 1000mercis ; **Isabelle Aimonetti** : Directrice générale du Groupe Ag Partners et **Brice Alzon** (M03).



Intervenants à la Maison des ESSEC, de gauche a droite :

Isabelle Aimonetti : Directrice générale du Groupe Ag Partners ; **Brice Alzon (M03)** ; **Sibylle de Villeneuve** : Directrice de Voice, Pôle Relations Presse de CRM Company Group ; **Yseulys Costes** : Présidente et la co-fondatrice du groupe 1000mercis et **Alexandre Farro**: Président et co-fondateur de TiviPro.

Le comité d'organisation :

Jean-Marie Belloc(E73) ESSEC Entrepreneurs

Brice Alzon (M03) ESSEC Créateurs

Cédric Roesler, co-organisateur ESSEC Marketing

Guy de Swiniarski (M92) , co-organisateur Club ESSEC Business & Technologies

Pascal Lablanche (A94), co-organisateur club ESSEC Communication

Information et CR disponible sur : www.essecnet.com et www.g9plus.org