

# Interview Maître de stage – Laura GUILLAUD d'IML Communication

## Questions personnelles

### 1. Peux-tu te présenter rapidement (études, cursus, entreprises) ?

Après un Bac ES, j'ai entrepris un BTS Communication qui a ensuite débouché sur une licence communication avec spécialisation web et vidéo. Cette licence je l'ai faite en alternance chez bioMérieux, en tant que chargée de communication interne digitale. Expérience qui a confirmé mon appétence pour le digital.

Ayant voulu approfondir mes connaissances dans la communication stratégique et digitale, j'ai continué avec un Master 1 et 2, option digital. Toujours en alternance chez BioMérieux en M1 et en alternance chez Renault trucks en M2, en tant que chargée de marketing internet et externe – Pôle développement réseau.

Ah oui, au fait, moi c'est Laura, j'ai 27 ans et je suis aujourd'hui responsable conseils et marketing digital chez IML Communication, l'agence de communication des monts du Lyonnais. Pour faire simple, je m'occupe de la commercialisation des services digitaux et de la gestion des projets clients et de l'agence sur le digital.

(On dirait que j'ai sorti le commerce de mon chapeau, mais entre mon M2 et aujourd'hui, j'ai également eu des expériences en tant que commerciale et conseillère de vente).

### 2. Quel élément déclencheur t'a permis de prendre conscience que le digital était fait pour toi ?

Je ne me suis jamais vraiment posée la question, c'était plutôt naturel. J'ai, depuis mon plus jeune âge, été intéressée par le dessin, la création graphique, le design et puis internet, les réseaux sociaux j'ai grandi avec. Le digital regroupe toutes ces caractéristiques auxquelles j'aspire depuis longtemps.

Après ce qui m'anime jour après jour avec le digital, c'est vraiment la volonté d'accompagner certaines TPE et PME, qui du fait de leur manque de moyens, de temps ou de connaissances en la matière laissent souvent la digitalisation de côté.

### 3. Quels sont selon toi, les 3 critères indispensables pour évoluer dans le milieu du webmarketing ?

La curiosité, la capacité d'analyse et la compréhension client.

La curiosité parce que les évolutions technologiques, les comportements des consommateurs, les tendances du webmarketing évoluent à vitesse grand V, ce qui nous oblige à anticiper et nous adapter sans cesse. Sans parler, du fait, qu'en agence, nous pouvons travailler avec des secteurs d'activité totalement éclectiques, je trouve donc qu'être doté d'une très grande curiosité naturelle est crucial.

L'analyse des performances pour des stratégies digitales me semble incontournable afin de comprendre les tenants et aboutissants de nos actions pour en permettre une utilisation chaque jour plus performante. La capacité d'analyse va alors permettre de traduire les données afin de réajuster les stratégies ... et au final d'atteindre les objectifs préalablement fixés.

Enfin, notre but, en tant qu'agence, c'est de mettre en relation **nos clients** avec **leurs clients**. La compréhension client prend donc tout son sens à deux niveaux :

**Nos clients** (en tant qu'agence) : pour beaucoup de clients, le digital ce n'est pas inné et comme je dis souvent « à chacun son métier ». Il y a donc deux phases à ne surtout pas négliger, l'évangélisation et l'éducation de ces clients sur l'apport du digital pour leur entreprise. Comprendre les besoins et les freins de nos potentiels clients, pour leur expliquer avec un degré de simplicité ou technicité adéquat à leur profil.

**Leurs clients** : parce que connaître le consommateur final, son parcours d'achat, ses habitudes de communication, ses attentes, besoins, freins permettra à une entreprise de personnaliser sa relation client et mieux cibler les campagnes pour gagner en efficacité.

## Questions sur l'Agence IML Communication

IML est une Agence de Communication avec imprimerie intégrée. L'imprimerie existe depuis maintenant plus de 100 ans. En 2017, Laura a intégré l'entreprise en créant le pôle digital/webmarketing et s'occupe aujourd'hui de toute la partie des clients et de la communication digitale de l'Agence.

### 4. Quelles ont été tes motivations pour intégrer IML Communication ? (Changement, découverte, autres ? ...)

L'ampleur du challenge (création d'un nouveau pôle), L'authenticité, les valeurs de l'entreprise, le profil des clients (TPE et PME), le tout dans un secteur géographique auquel je suis attachée.

### 5. Comment gères-tu le fait d'être « seule » en tant que chef de projet marketing dans ce service et de ne pas faire partie d'une « vraie équipe » disponible à temps plein ?

Je répondrai que je ne suis jamais vraiment seule et que créer « une vraie équipe disponible à temps plein » fait partie du challenge. En effet, quand je ne suis pas épaulée par ma direction, mes collègues, même s'ils ne font pas partie du même pôle, ne sont jamais bien loin et par-dessus tout, je suis en relation constante avec mes clients.

Après, je ne te cache pas que pour certaines phases de réflexion, telle que la recherche d'une idée créative, innovante, être seule ce n'est pas toujours évident.

### 6. Comment as-tu réussi à te propulser ? A avoir tes premiers clients et les suivants ?

La première étape a été de créer une offre de service et un argumentaire commercial adaptés au profil des clients, communiquer autour de ce nouveau service, démarcher et surtout EDUQUER CONVAINCRE les clients sur l'apport du digital pour leur entreprise. Le tout agrémenté par une bonne dose de détermination, de smile et de patate ;-).

### 7. Comment as-tu réussi à instaurer et surtout à maintenir ce climat de solidarité et cet environnement de travail humain qui règne entre tes clients et l'agence ?

RESTER AUTHENTIQUE.

En fait, je n'ai pas fait grand chose hormis suivre les valeurs d'IML auxquelles j'adhère totalement. Les valeurs humaines sont très présentes chez IML, tant entre les membres de l'entreprise qu'avec les clients. L'environnement de travail est depuis toujours basé sur le respect mutuel, la confiance et le dialogue. Cette confiance s'instaure également par la qualité de travail et l'implication dans les projets des clients. On aime quand nos clients ont les résultats escomptés, du coup on se donne à

fond jusqu'à ce que soit le cas (et si par malheur ce n'est pas le cas, parce que oui l'erreur est humaine, alors notre règle est de rester honnête et de trouver une solution).

**8. Es-tu fier des projets que tu as construits actuellement et de l'accompagnement que tu continues de mettre en place ?**

Les retours des clients, étant très satisfaisants, je peux dire que oui je suis fier.

**9. Aujourd'hui, as-tu eu des doutes à propos de l'agence et de son environnement principalement (perspective d'évolution suite à l'environnement) ?**

Non, aucun doute, toute l'équipe dirigeante est très ouverte d'esprit, ambitieuse et j'ai aussi des idées de développement plein la tête au cas où ;-). L'agence a perduré depuis cent ans maintenant, et ce n'est que le début.

**10. Quels changements espères-tu d'ici ces 5 prochaines années ?**

Tripler l'activité, construire une véritable équipe d'expert côté digital, un site web to print qui fonctionne à la perfection et surtout propulser l'activité d'une ribambelle de nouvelles TPE et PME grâce au digital (j'ai d'autres idées mais je ne vais pas tout dévoiler ;-)). Et puis, pour moi perso, pourquoi pas, la naissance de quelques e-boutiques.

**Question surprise** : que penses-tu de ton nouveau stagiaire après ces 2 mois à tes côtés ?

Il fait preuve d'une bonne implication et motivation ;-). Je sens que c'est un domaine qui te passionne et dans lequel tu es à l'aise. Ambitieux et travailleur, prend le temps de faire aboutir tes futurs projets professionnels. Ne lâche rien et continue à te perfectionner sans cesse, voire même te spécialiser ;-).