

Février 2007

## VSM NEWS

### *Edito de Jean-Marc Xuereb*

La chaire Vente et Stratégie Marketing fêtera en 2007 sa vingtième année d'existence et présente ainsi une longévité remarquable. Quatre entreprises, Gaz de France, Procter&Gamble, Renault et Xerox sont partenaires de la chaire depuis ses débuts et ont encouragé et accompagné son évolution au cours de ces deux décennies.

En 1987, l'Essec ne comptait que deux chaires alors qu'elles sont aujourd'hui près d'une quinzaine. En dépit de cette concurrence accrue, la chaire VSM attire toujours autant d'étudiants qu'à ses débuts. Cet attrait de la chaire VSM repose sur 4 piliers :

- l'intérêt des étudiants de l'Essec pour les fonctions marketing et commerciales
- l'approche trans-sectorielle de la chaire, qui s'exprime notamment par la diversité de ses partenaires, et qui permet d'appréhender des visions, des expériences et des problématiques multiples
- la multiplicité des échanges et des transferts d'expériences avec les entreprises partenaires (séminaire partenaires, mission de conseil, visites d'entreprises,...)
- la notoriété, l'image et l'implication dans la vie de la chaire de ses entreprises partenaires.

Mais la longévité de la chaire provient également de sa convivialité qui s'exprime dans les relations nombreuses et récurrentes tissées entre l'ensemble de ses acteurs entreprises, étudiants, diplômés et académiques. Cette richesse de contacts et d'échanges est sans doute la caractéristique première de la chaire Vente et Stratégie Marketing et tous les rédacteurs de VSM News espèrent que cette lettre contribuera à renforcer ces liens pour les vingt prochaines années.

### A vos agendas !



- Nous aurons le plaisir de vous rencontrer le **Judi 26 Avril** pour le Dîner des Anciens VSM à la Maison des ESSEC.
- La Journée de Prospective aura lieu cette année le **Judi 24 Mai** avec pour thème "La relation différenciante".

*Nous avons le plaisir de vous présenter la nouvelle promotion de la Chaire VSM !!!*



Hermance, Alexia, Véronique, Sandra, Sylvain, Déborah, Emmanuelle, Marianne, Zahra, David, Emilie, Diane, Heng, Jingfei, Raphaëlle, David, Aïda, Marie, Mélanie, Rachel  
Alessandra, Mathilde, Béatrice, Karim  
Lucrecia, Mathieu

## Premiers pas dans la Chaire

### Pourquoi avoir choisi d'intégrer la Chaire VSM ?

« Cette formation me permet d'approfondir les principes fondamentaux de la vente et du marketing, ainsi que les techniques managériales associées grâce à la réalisation de projets d'équipe et à l'expertise des professionnels. » **Sandra ALLENET - ESSEC MS Marketing Management**

« Le premier aspect qui m'a attiré dans la Chaire VSM est qu'il y avait une réelle complémentarité entre le marketing et la vente, alors que les fonctions commerciales sont malheureusement reléguées au second plan à l'ESSEC. » **Béatrice CLERGUE - ESSEC MBA 1**

« Après seulement un mois dans la Chaire, mes attentes ne sont pas déçues ! Elles se réalisent avec une équipe d'étudiants motivés et sympathiques à tous points de vue et un encadrement stimulant. » **Emmanuelle BIGOT - ESSEC MBA 3**

### Après quelques semaines au sein de la Chaire, qu'en pensez-vous ?

« Hésitant entre le secteur du marketing et celui du commercial, la Chaire me permet de cerner les enjeux stratégiques de ces deux domaines pour l'entreprise, ainsi que les compétences requises pour relever les défis qui y incombent. » **Marie-Alice BELLANGER - ESSEC MBA 1**

« Je trouve les cours très intéressants du fait qu'il y ait une alternance entre les cours théoriques à proprement parlé et l'intervention de professionnels de qualité avec qui nous pouvons réellement échanger et discuter. » **Heng CHHEAN - ESSEC MS Marketing Management**

« La Chaire est pour moi l'occasion de pouvoir gérer un vrai projet, une mission de conseil pour une grande entreprise. » **Alessandra CHINELLO - ESSEC MS Marketing Management**

### Durant ces quelques semaines, qu'est-ce qui vous a le plus marqué ?

« C'est sans doute l'émulation qui est propre à la Chaire... En effet, lorsque je suis arrivée au premier cours, j'ai été agréablement surprise de constater que tous avaient envie de s'impliquer activement dans les activités telles que la mission de conseil, la journée de prospective inter-entreprises, les missions ponctuelles, etc.

Le repas de Chaire a beaucoup aidé pour créer des liens et une certaine solidarité entre les étudiants... tous embarqués dans le même bateau pour six mois. La photo de classe a également été un moment mémorable, c'est le cas de le dire, tous collés les uns aux autres pour rentrer dans l'objectif. » **Marianne AULAGNON - ESSEC MBA 1**

## Missions de Conseil 2007

Comme chaque année, la Chaire VSM s'engage auprès de ses partenaires pour assurer différentes missions de conseil. Nous voulons partager avec vous les sujets de mission pour cette année :



Imaginer et construire sur le B2B l'utilisation combinée d'internet et de formes plus classiques de vente, notamment le face à face.



Comment une entreprise traditionnelle organisée autour d'une offre exclusive de produits parvient-elle à se transformer pour élaborer dorénavant une offre de « produits & services » à forte valeur relationnelle ?



- Analyse de l'impact sur les entreprises de « grande » distribution des lois Dutreil 1 et 2.
- Analyse des sources de profit des entreprises de Distribution et impact de l'évolution de l'environnement légal.
- Options et recommandations pour P&G.



- Etat de lieux sur les constructeurs chinois et indiens
- SWOT
- La stratégie du groupe Renault permet-elle d'être suffisamment armé contre ces nouveaux entrants ?



Réalisation d'une étude de « Mystery Shoppers » sur le réseau concessionnaire Xerox.



Réalisation d'une étude de marché sur les flottes automobiles et utilitaires. Cette analyse devrait inclure à la fois un volet quantitatif et un volet qualitatif devant aboutir à une segmentation.

## La Chaire VSM a désormais son site Internet

[www.essec-vente-strategie.com](http://www.essec-vente-strategie.com)

Nous vous encourageons à y ajouter vos idées, commentaires et différentes informations que vous aimeriez partager.



Pour cela, merci de contacter Jocelyne Breyton.

## Extraits de la conférence du 8 février

« Les nouveaux métiers du Marketing / Business Development »

Les différents intervenants ont insisté sur l'importance d'une expérience terrain :

- apporte une connaissance du marché et permet d'avoir plus de crédibilité pour les fonctions futures
- apporte un savoir-faire (des techniques de vente)

Cette expérience terrain est systématique dans certaines entreprises pour accéder à des postes marketing à responsabilités.

« Le marketing doit être un outil, pas une finalité. »

Face aux inquiétudes d'une étudiante de notre promotion, le débat s'est élargi à la question de l'orientation professionnelle et le choix des stages et du premier emploi.

« Plus qu'un métier, il est important de bien choisir son entreprise : ses valeurs et les perspectives d'évolution qu'elles nous offrent. Il faut avoir le fit/fitter (!) avec l'entreprise. »

« Il faut trouver ce qui nous fait vibrer. »

« Le marketing est un métier assez compétitif ; il faut donc être bon, c'est-à-dire épanoui. »

« Ne pas hésiter à téléphoner aux Anciens pour bénéficier de leurs expériences. »

« Il n'y a pas de recette unique pour tout le monde. »

**Merci aux différents intervenants pour ces précieux conseils !**

**Et contrairement à ce qu'a dit Mathilde en grand amphi, nous n'étions pas seulement là parce que « M. Xuereb nous a mis une pression énorme » !**

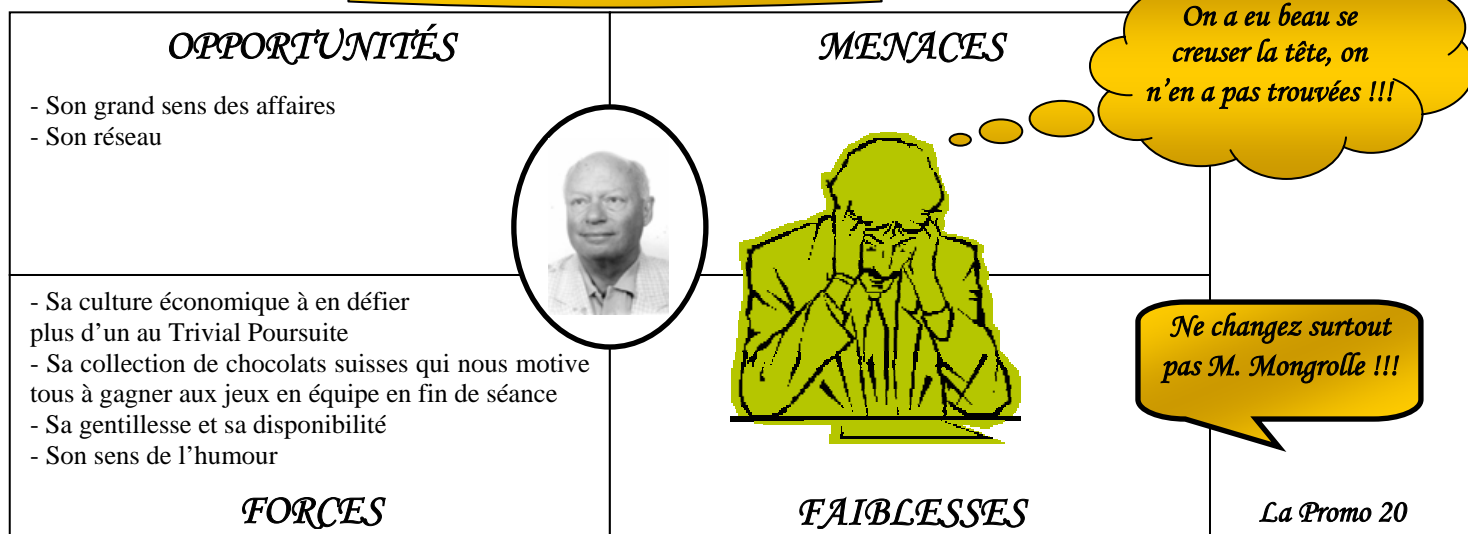
## Nouvelles des Anciens

**Damien Gignoux** (Promo 7) est désormais Directeur Financier chez Renault Mexico.

**Emilie Boinski** (Promo 17) a fait partie de la première promo de l'Asian Track.

**Elise Nemirowski** (Promo 18) est actuellement à Singapour grâce à l'Asian Track.

## Mister Mongrolle's SWOT



La team newsletter aura le plaisir de vous retrouver au mois de mars avec toujours plus de news croustillantes sur la Chaire.

Zahra AINOUCHE – Diane BONGRAIN – Hermance FLORENT – Lucrecia HEREDIA