

La stratégie est l'élément
clef de la croissance.

CORINNE PRIEM
en charge de la communication print
et media de BUT, Darty et Habitat DOM TOM.

NOUVEAU CURSUS STRATÉGIE DIGITALE

ESSEC MC2

Entretien avec Corinne Priem, qui fait partie de la première
promotion cursus en Stratégie Digitale de l'ESSEC Exécutive Education.

Pouvez-vous expliquer aux lecteurs quelles sont vos responsabilités actuelles ?

Corinne Priem : je suis assistante de communication au sein de Cafom Caraïbe depuis dix-huit ans. Je suis en charge de la communication print et media de trois enseignes BUT, Darty et Habitat DOM TOM.

Pourquoi avez-vous choisi de suivre ce cycle de vingt-cinq jours intitulé « Créer et mettre en œuvre sa stratégie digitale » ?

En fait, depuis plus d'un an, certaines agences me proposent leurs services. Au début, j'écoutais avec beaucoup d'attention pour deux raisons, la première parce que tout ce qui touche les réseaux sociaux et la communication digitale m'intéresse vraiment et la seconde... parce que je ne comprenais pas tout le vocabulaire utilisé. J'interrompais pour avoir de plus amples explications et je notais tout pour ensuite faire mes recherches. J'avais le sentiment d'être complètement dépassée ! Et comme cette situation ne pouvait plus durer, pendant mes congés, je me suis mise à lire des articles sur la stratégie digitale et enfin, je suis tombée sur un post de l'Essec sur LinkedIn proposant cette formation. J'ai lu le programme en détail et j'ai compris immédiatement que c'était exactement ce qu'il me fallait.

Vous êtes actuellement à mi-parcours, aujourd'hui qu'est-ce que cette formation vous a apporté ?

Je suis bien plus à l'aise avec mes interlocuteurs car j'ai enfin pu m'approprier le vocabulaire nécessaire à la lecture des offres et à l'accompagnement de mon équipe. Je comprends beaucoup mieux l'intérêt de définir une stratégie en amont. Cela m'a permis d'acquérir un apport complémentaire intéressant, d'ailleurs depuis je participe à un projet à enjeu majeur en formalisant « les personae » qui

sont une des pierres angulaires de tout projet digital.

Cela a-t-il changé votre façon de travailler ?

Bien évidemment, je suis plus sereine et réactive, je suis en mesure d'avoir de vraies discussions avec tous les membres travaillant sur le projet en respectant leurs exigences et leurs inquiétudes. (Rires) Dire qu'il y a six mois à peine, je n'arrêtais pas de leur répéter : « Et en français ça donne quoi ??!?! »

En quoi pensez-vous que ce programme soit adapté aux objectifs des décideurs martiniquais ?

Les entreprises doivent trouver des solutions dès aujourd'hui pour rester présentes et compétitives. L'une d'elles est la digitalisation. A mon avis, l'un des enjeux du marketing digital est la visibilité, il faut attirer par la forme et séduire par le fond. Le contenu doit être intéressant, éducatif et convaincant. Les réseaux sociaux sont des leviers puissants pour récolter des informations sur les visiteurs et doivent permettre de générer des prospects sur les sites internet. Et les sites internet ont pour mission d'augmenter le taux de conversion des prospects en clients. Donc sans véritable stratégie, cela me semble perdu d'avance.

Evidemment, ce programme est tout à fait adapté aux objectifs des décideurs martiniquais puisque qu'il permet de concilier la capacité à formuler une stratégie digitale tout en la mettant en pratique sur un cas réel d'entreprise.

Pensez-vous que s'investir dans cette formation était une folie, une opportunité, ou du temps perdu ?

Une perte de temps ? Bien au contraire, je dirais plutôt qu'on gagne du temps à éviter les erreurs et les dépenses inutiles.

Une folie ? J'avoue que ce n'est pas chose facile de retourner sur

les bancs de l'école en essayant d'être performante dans sa vie professionnelle et présente pour la famille et les amis (d'ailleurs j'en profite pour remercier ma « Team Family » car sans leur aide au quotidien il me serait très difficile de mener tous mes investissements de front). Mais ce n'est sûrement pas une folie !

Une opportunité ? Oui, bien évidemment, cette formation en est une pour toutes les entreprises martiniquaises car tous les secteurs sont concernés par la digitalisation. Cette transfiguration du paysage économique et culturel est jeune et pleine de possibilités. Les entreprises en embrassant les changements tant structurels que managériaux vont se donner la possibilité de croître en atteignant rapidement leurs objectifs stratégiques. Et la stratégie est l'élément clef de la croissance.

Alors, qu'est-ce que vingt-cinq jours de formation pour devenir acteur de la révolution numérique en Martinique ?!



2e session, cycle ESSEC
« créer et mettre en œuvre
sa stratégie digitale »

Webinaire le 13 juin, sélections le 5
juillet, démarrage le 13 décembre 2019

0696 95 48 73 / 0696 90 5000

magali.calmels@essec.edu/
vourchmc2@orange.fr

www.mc2martinique.com

FB : MC2Martinique