

Le co-marketing : la nouvelle intelligence collective

Alors que l'économie de partage connaît un essor fulgurant, laissant émerger quantité de services destinés aux consommateurs (B to C) avec notamment le co-voiturage, le crowdfunding, le crowdshipping, la location entre particuliers..., ce phénomène concerne désormais également les entreprises, ou B to B.

Outre le développement des lieux de co-working, on assiste en effet à l'éclosion du travail à temps partagé.

Mais, si cette forme de travail est déjà bien ancrée dans certains domaines (DAF, DRH, DSI), ce sont aujourd'hui de nouveaux secteurs qui en profitent grâce à [GPS Conseils](#), une entreprise spécialisée dans le co-marketing, ou marketing à temps partagé.



A l'origine de cette initiative originale répondant à un véritable besoin des TPE/PME, Sandrine Molinéri, vingt-cinq ans d'expérience dans le domaine du marketing et de la communication et la volonté de faire profiter de son expertise aux petites entreprises. L'entrepreneure explique :

« Je propose aux chefs d'entreprise de les accompagner dans leurs réflexions sur leurs stratégies marketing et communication afin de leur permettre d'aller plus loin, et ainsi d'accroître leur compétitivité et leur chiffre d'affaires, en France comme à l'international. »

« Tout seul on va vite, ensemble, on va plus loin »

L'idée ? Les dirigeants de TPE/PME ont des besoins en marketing et communication pour développer leur entreprise, mais n'ont pas les moyens de recruter un directeur ou un responsable marketing/communication à temps plein.

D'où la solution du temps partagé, où un professionnel expert accompagne une entreprise ponctuellement, sur un projet précis, ou durablement, à raison de quelques heures par semaine, selon les souhaits du responsable. Sandrine commente :

« L'intérêt pour le chef d'entreprise ? Partager avec d'autres responsables d'entreprise les compétences d'un expert afin d'optimiser les coûts et de s'assurer d'un réel savoir-faire. »

A l'heure où la tendance est à l'utilisation commune d'un produit ou d'un service plutôt qu'à sa possession, Sandrine a mis en pratique cette philosophie dans son secteur d'activité. Elle s'interroge :

« Pourquoi les entreprises ne choisiraient-elles pas de partager une compétence en interne et les charges qui y sont associées plutôt que de la posséder ? »

C'est donc à cette question qu'elle entend apporter une réponse sous la forme d'une solution concrète et pragmatique, à savoir le co-marketing, qu'elle considère comme étant :

« La solution du moment à apporter aux TPE/PME, en leur permettant de se doter d'une direction Marketing/Communication à temps partagé, et par conséquent à coûts réduits. »

Quatre formules de co-marketing

L'objectif de Sandrine est donc de proposer ses services aux TPE/PME en temps partagé et de mettre à profit les compétences qu'elle a acquises au fil de ses vingt-cinq années d'expériences en marketing et communication. Elle propose pour cela quatre formules adaptées aux besoins de chaque professionnel :

- l'**offre premium**, pour devenir leader sur le marché : réalisation d'un diagnostic marketing stratégique, détermination des options marketing stratégiques fondamentales, élaboration de la stratégie marketing en fixant les objectifs à atteindre, établissement d'un plan d'action personnalisé via le marketing opérationnel.



- l'**offre digitale**, pour devenir visible sur le web : élaboration d'une stratégie web marketing, proposition d'un design professionnel de l'ensemble de la communication on-line, optimisation de la visibilité des sites et de leur trafic, community management, vidéos, shooting photos.



- l'**offre performance +**, pour booster le CA : analyse du mix marketing en place, élaboration d'une stratégie marketing intermédiaire boostée par un marketing opérationnel fort, détermination des objectifs prioritaires et mise en place d'un plan d'actions.



- l'**offre open your mind**, pour développer la performance à l'international : construction d'un mix marketing adapté à la stratégie marketing internationale, organisation de salons professionnels à l'étranger, construction d'un réseau d'attachés de presse.



Et pour les réponses d'urgence, Sandrine propose une **offre à la carte**, incluant l'étude du logo et de la baseline, la création de la charte graphique, la rédaction du site vitrine ou du site de vente, la construction du marketing opérationnel ou encore la gestion de la e-réputation et la gestion de l'événementiel.

Du marketing à temps partagé... qu'est-ce que c'est ?

Avec GPS Conseils, Sandrine souhaite développer le co-marketing, et ainsi satisfaire les besoins des TPE/PME. Une étude réalisée par le Portail du travail à temps partagé révèle ainsi ce que les entreprises recherchent avant tout en choisissant ce mode de travail :

- un **apport de compétences** (38 %)
- le fait de pouvoir **bénéficier de l'intervention d'un professionnel** en fonction de ses besoins (29 %)
- une **collaboration avec des professionnels** qu'elles n'auraient pas pu recruter autrement (25 %)

Sandrine commente justement l'intérêt pour les entreprises à recourir au co-marketing :

« Le conseiller en co-marketing agit comme un cadre intégré à l'entreprise, mais n'y passe que le temps nécessaire et souhaité par son dirigeant. Il s'intègre à l'équipe en place, échange et collabore tel un responsable marketing et communication interne à l'entreprise, sans les contraintes d'un salarié. Sa présence physique dans l'entreprise optimise sa force de proposition, et il apporte d'autre part un regard neuf du fait de son positionnement extérieur. Il constitue une réelle valeur ajoutée à la réflexion du dirigeant et à l'entreprise en général. »

A propos

Sandrine Molinéri crée GPS Conseils en juin 2015, après un parcours professionnel riche de vingt-cinq années dans l'univers du marketing et de la communication, et ce dans des structures et des secteurs très différents, notamment l'agroalimentaire et le textile.



De Schweppes France à Gyma, aux côtés de Gilbert Ducros, fondateur du groupe Ducros (les épices !), en passant par HOM, où elle a créé le département marketing et communication, Sandrine a décidé de valoriser son capital d'expériences et de le mettre à profit de petites entreprises. Elle explique :

« J'ai souhaité proposer un véritable accompagnement aux chefs d'entreprise en leur permettant de bénéficier de mon expertise en temps partagé. D'un point de vue éthique, le co-marketing s'inscrit totalement dans ma vision personnelle du conseil. C'est, pour moi, un nouveau business model à construire ensemble dans une dynamique d'accompagnement, face au manque de compétitivité qui étrangle les entreprises françaises aujourd'hui. »

« En somme : bienvenue dans l'ère de l'intelligence collective, soyons malins, pensons autrement ! »

Son petit plus qui peut faire la différence : pratique l'humilité et l'humour en toutes circonstances.

Contact presse

GPS Conseils

Sandrine Molinéri

Site : <http://www.gps-conseils.com>

Mail : contact@gps-conseils.com

Tel. 06 65 65 76 08