



## **A LA DECOUVERTE DE...**

### **Le pôle Marketing de l'OiEau**

Je m'appelle Cyrielle Pérabout, je suis diplômée d'un Master 2 International option Marketing. Durant toutes mes années post bac, de la 1<sup>ère</sup> année de Licence EGC (Ecole de Gestion et de Commerce) jusqu'à la fin de mes études de Master 2 en Italie, le marketing stratégique a fait partie intégrante de mon cursus.

Au cours de mes études, j'ai monté plusieurs projets marketing sur différents sujets, dont un qui m'a particulièrement marqué : il s'agissait de la création d'une entreprise fictive avec pour objectif de présenter un rapport complet d'une étude de marché et un budget prévisionnel sur 3 ans. Mon équipe était constituée de 5 personnes et nous avons, pendant 1 an, rencontré et échangé avec différents professionnels (architectes, restaurateurs, saisonniers, etc.) pour mener à bien notre projet. Ça a été une expérience incroyable ! Cette année-là, nous avons remporté le 1<sup>er</sup> prix régional, avec un voyage en Guyane française en récompense ... C'était un moment enrichissant et magique !

J'ai candidaté à l'OiEau dans le cadre de mon stage de fin d'études Bachelor (en 3<sup>ème</sup> année), j'ai ensuite poursuivi mon cursus master 1 et 2 en alternance à l'OiEau en tant qu'Attachée commerciale, puis en CDI au même poste. Depuis 2018, je m'oriente davantage vers le développement du marketing, qui est un véritable objectif stratégique et pédagogique, puisqu'historiquement et culturellement, les PME françaises se soucient peu de marketing, mais cela évolue.

Actuellement, ma mission principale est d'asseoir **les positionnements « produits » de l'OiEau**. Quésaco ? Pour faire simple, c'est ce que le client retient de notre offre. Pour arriver à un bon positionnement, il est indispensable de prendre en compte les besoins de nos clients et prospects (= clients potentiels), les caractéristiques et avantages des produits concurrents et ceux des autres offres que nous proposons.

Cette mission transversale va me permettre de travailler avec tous les profils de l'OiEau quelques soient leurs activités ou leurs sites de rattachement.

L'analyse de ce 1<sup>er</sup> volet marketing permettra de définir des fiches « produits » internes, qui seront des outils utiles à toutes les personnes ayant une casquette commerciale (VIE, formateurs, chefs de projets et directeurs) et à la Communication.

Concernant la méthodologie, je vais procéder par Direction dans un premier temps, pour compléter un diagnostic très général. Je travaillerai ensuite par petit groupe, pour « filtrer » ce diagnostic et ainsi ajuster les prochaines phases de travail.

Lucile Mayaud, étudiante en 1<sup>ère</sup> année en Management de l'innovation à l'IAE de Limoges, m'épaulera durant son stage consacré exclusivement à ce projet, pendant un peu moins de 2 mois (du 9 mai au 1<sup>er</sup> juillet 2022), afin d'avancer plus rapidement.

Maintenant, vous savez tout ou presque sur ma partie marketing 😊

Je serai heureuse de vous donner plus de détails lors des points que nous ferons ensemble, dans le cadre de ce projet !