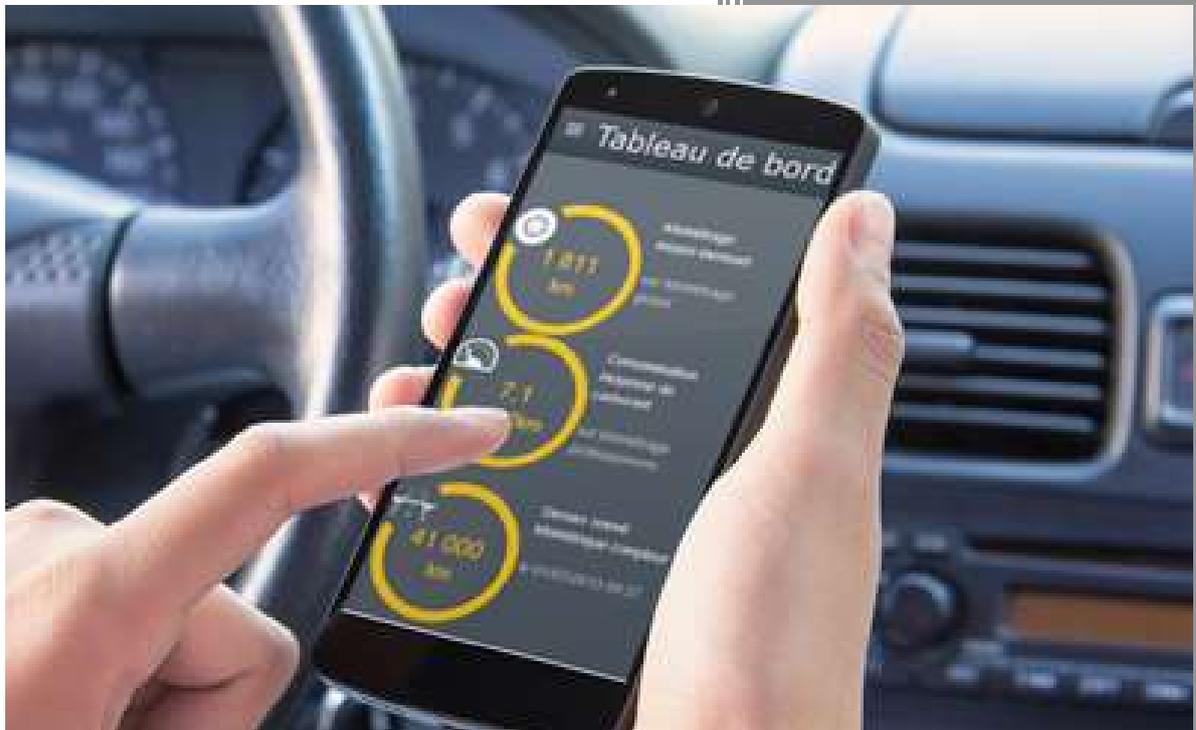


2014

Rapport de stage



Léa Sapolin
École de Journalisme et de
Communication d'Aix-Marseille – Direct
Fleet
MAI 2014

Master Communication et Contenus
Numériques, Stratégie de
communication

Maître de stage : Florent Mas -
Responsable de formation : Benoit
d'Aiguillon

TABLE DES MATIERES

Avant propos	2
Remerciements	3
I. Deux EXPÉRIENCES, une ambition	4
II. DirectFleet, DÉCOUVERTE d'un MÉTIER	6
III. FleetNote dans le détail	7
IV. Premier ressenti	8

AVANT PROPOS

Master 2 Communication et Contenus Numériques – Stratégie de Communication
Léa Sapolin

► Afin d'appliquer les méthodologies et les notions enseignées tout au long de mon master, je réalise une période de formation en entreprise d'une durée de cinq mois. Ce stage réalisé dans le cadre du Master 2 Communication et Contenus Numériques, option Stratégie de Communication de l'École de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille, se déroule actuellement au sein de DirectFleet, auprès de Mr Florent Mas, chef de projet Web. Son expérience et ses interventions sont très utiles au bon déroulement du projet, m'éclairant chaque fois que nécessaire.

REMERCIEMENTS

- ▶ Je voudrais tout particulièrement remercier Monsieur Florent Mas, mon maître de stage, pour l'intérêt qu'il porte à mes missions et pour la confiance qu'il m'accorde, me laissant ainsi travailler de manière autonome.
- ▶ Je souhaite également remercier Monsieur Maxime Sartorius directeur de DirectFleet, de m'accueillir au sein de la société et de me permettre de participer au lancement d'un projet innovant.
- ▶ Et je remercie pleinement, toute l'équipe de DirectFleet pour son accueil, sa convivialité et sa sympathie.

I. DEUX EXPÉRIENCES, UNE AMBITION

► Attirée par l'entrepreneuriat, je projette de créer mon entreprise. J'ai donc minutieusement choisi mes stages en vue d'acquérir les compétences nécessaires au lancement d'un projet. En effet j'ai réalisé mon stage de Master 1 au sein des Pépinières Naudet. Cette entreprise, à première vue anodine, est en réalité dans une dynamique de diversification de ses activités. Pépiniériste anciennement centré sur la vente en BtoB, l'entreprise familiale Naudet a récemment pris deux nouvelles directions :

- La vente de plan aux particuliers par le biais d'une boutique en ligne
- Le lancement de MyLittleSapin, e-boutique proposant des petits sapins personnalisés et déjà décorés aux citoyens en période de Noël.

Ma participation au premier projet, lancé il y a trois ans, m'a permis d'étudier son évolution. J'ai pu me renseigner sur les problématiques rencontrées lors de sa mise en place et bénéficier de l'expérience de mes collègues. Ce projet m'a également permis de découvrir le monde du e-commerce et d'acquérir les compétences et les spécificités qui y sont liées : utilisation du CMS Prestashop, gestion de la relation client, webmarketing, communication de produit, etc.

Le second projet, MyLittleSapin, a été lui aussi très enrichissant. Marquée par l'importance des premières décisions à prendre lors du lancement d'un service (choix du nom, du logo, design du site, ton...), j'ai apprécié y participer pleinement.

► Satisfaite par ces expériences, et par ma participation aux 36 H chrono de l'entrepreneuriat, j'ai décidé de continuer dans ma lancée et de m'orienter vers une start-up. La proposition de stage de DirectFleet était idéale, ce pour quoi j'évolue actuellement au sein de cette société. Comme les Pépinières Naudet, DirectFleet a pour projet de lancer un nouveau service. Dans ce but, elle cherchait un stagiaire en mesure de mettre en place une stratégie marketing accompagnant ce lancement.

DirectFleet souhaitant faire de son nouveau service une société à part entière, j'ai pu participer avec engouement au choix du business modèle, à élaboration d'un plan de communication, etc. Les quarante-cinq jours passés au sein de cette start-up en pleine expansion m'ont donc déjà permis de faire connaissance avec les étapes primordiales de la création d'une entreprise.

► Au-delà de ces différents aspects, j'ai pu constater grâce à ces deux stages l'importance de diversifier ses activités pour cumuler les sources de revenus. J'ai aussi pu constater qu'avec une petite équipe emplie de bonnes idées, il était simple d'aller au bout de ses projets et de créer une valeur ajoutée importante à un service préexistant.

Parallèlement, ces deux stages au sein d'entreprises aux secteurs d'activité très spécifiques ont comblé mon attrait pour la nouveauté. Curieuse, j'ai apprécié découvrir de nouveaux secteurs, de nouveaux métiers et de nouveaux marchés.

► Par ailleurs, je souhaite acquérir une plus ample expérience avant de me lancer dans l'entrepreneuriat. À court terme, je rêve de devenir chargée de communication au sein d'une petite structure hors métropole, telle que DirectFleet et les Pépinières Naudet. Cette envie est la conséquence de mon attrait pour les postes aux tâches variées, et les espaces ruraux. Les entreprises à taille humaine exigent en effet une certaine polyvalence. Elles permettent également d'avoir un regard à 360° sur l'entreprise et son fonctionnement, utile pour acquérir une vision globale d'une entreprise, de sa gestion à sa communication.

II. DIRECTFLEET, DÉCOUVERTE D'UN MÉTIER

► Direct Fleet est une PME créée en novembre 2010 et constituée de neuf personnes. Elle est détenue par actionnariat privé. En pleine expansion, elle est actuellement en cours de recrutement. Basée à Aix-en-Provence, elle fait partie du Centre Européen d'Entreprise et d'Innovation (pépinière d'entreprises proposant une infrastructure d'accueil et d'accompagnement d'entreprises innovantes au début de leur émergence ou de leur développement).

Cette société est spécialisée dans la gestion de parc de véhicules. Cela signifie qu'elle prend en charge, pour d'autres sociétés, la totalité des actions « administratives » liées à leurs véhicules : suivi des contrats de location, renouvellement de véhicules, gestion des PV et des sinistralités, etc.

Elle intervient sur deux types de missions :

- Des missions de conseil, pour les entreprises et les collectivités. Dans ce cas précis, DirectFleet ne prend pas part à la gestion du parc automobile, mais apporte son expertise à la société afin de déceler les leviers d'optimisation du parc automobile. Les entreprises espèrent par ce biais connaître les moyens de diminuer le coût de leur flotte. Elles espèrent également simplifier et professionnaliser sa gestion. DirectFleet a su satisfaire les grands comptes et dispose dorénavant de prestigieux clients tel que LVMH par exemple.
- Une gestion déléguée du parc automobile pour tous ceux qui cherchent à externaliser cette prestation. Dans ce cas, les entreprises souhaitent gagner en productivité et en efficacité en confiant intégralement leur parc automobile à des spécialistes. Actuellement, DirectFleet gère plus de 5000 véhicules répartis sur des clients grands comptes disposant d'une activité à l'internationale : Autodistribution, AVIVA, CMA-CGM, Febi, Maquet, Marsh, Lafarge, etc.

III. FLEETNOTE DANS LES DETAILS

► L'idée a germé dans l'esprit de Maxime Sartorius, directeur de la société. En multipliant les missions de gestion, il a constaté qu'un service essentiel à son métier n'était pas encore disponible sur le marché, il a donc créé FleetNote.

► FleetNote est un outil de récupération et d'analyse de données qui restitue l'information sous forme de rapports, d'alertes, de graphismes et de tableaux par le biais de deux interfaces web : une destinée au gestionnaire du parc et l'autre destinée aux conducteurs.

C'est une application pour simplifier le quotidien du conducteur en entreprise, car elle offre :

- Des informations utiles, centralisées et disponibles à tout moment
- Un suivi qualitatif de son activité : consommation, profil de conduite, kilométrage...
- Un contact facilité avec les différents prestataires : assurance, gestionnaire, loueur...
- La possibilité d'effectuer à distance les procédures administratives : renouvellement de véhicule, signature de la charte...
- Une géolocalisation pour trouver les partenaires et les enseignes les plus proches
- Des alertes automatiques pour fluidifier son activité

Mais c'est également un accessoire indispensable pour l'entreprise lui fournissant :

- Un accès à distance et en temps réel aux informations clés : coût de la flotte, répartition du parc par entité, consommation globale et mensuelle, etc.
- Des rapports et des graphiques pour un suivi efficace et transverse du parc facilitant la prise de décision
- Des alertes automatiques pour optimiser le parc et éviter les surcoûts

► Finalement, destiné aux TPE et PME, c'est un outil qui vise avant tout à diminuer les coûts engendrés par le comportement des conducteurs.

IV. PREMIER RESENTI

► À l'issu de ce premier mois de stage, mon ressenti est très positif. Je suis ravie de pouvoir m'immerger au sein d'une équipe au cœur des innovations, attentive aux nouvelles tendances. J'apprécie travailler avec des spécialistes en charge de métiers spécifiques (gestionnaire de parc, développeur, etc.) particulièrement alerte sur un grand champ de compétences, notamment marketing. Florent Mas, mon maître de stage, m'a permis de découvrir de nombreuses ressources et outils web tels que PressKing (dédié aux relations presse), ou encore PowToon (dédié à la vidéo) pour n'en citer que deux. Maxime, directeur de la société, m'a renseigné sur ses méthodes de prospection m'indiquant ainsi les techniques performantes de communication qu'il met et mettait en place lors d'entretiens avec ses clients potentiels. J'évolue donc dans un environnement propice à l'acquisition de nouvelles connaissances, sans compter que le cadre du petit Arbois est plus qu'agréable et que se retrouver au sein d'une pépinière d'entreprise est très enrichissant.

► Mes premiers jours au sein de DirectFleet ont été intenses. Il m'a fallu, dans un premier temps, découvrir un métier et ses spécificités. Ce que j'ai fait en réalisant un benchmark (analyse de la concurrence) de FleetNote. J'ai pu découvrir les différentes solutions (embarquées, progiciels et logiciels) disponibles sur le marché et ayant une similarité avec notre service. Je me suis donc familiarisée avec les besoins des entreprises en matière de gestion de flotte et les différents avantages proposés par chacune des solutions. J'en ai profité pour mettre en place une veille concurrentielle à l'aide d'outils tels que Google Alert et NetVibes.

J'ai ensuite pris conscience de mes premières missions : création de wireframes (schéma définissant les zones d'un site Web, ou d'une page Web) sur Axure, optimisation du tunnel de conversion (parcours des internautes jusqu'à une action donnée telle que l'achat par exemple), etc. Au début cela n'a pas été facile, mais cela m'a permis d'évoluer et d'élargir mon champ de compétences. J'ai appris à utiliser un nouveau logiciel dédié à la structuration d'un site web, compris les techniques d'optimisation du tunnel de conversion d'un site e-commerce et appris un grand nombre de termes en relation avec le marketing et l'univers numérique.

► La suite de mon stage s'est orientée vers la rédaction. Il m'a fallu définir le contenu du site présentant FleetNote : arguments de vente, bénéfices client, etc. Cette mission est en cours. Je m'attarde également à la conception d'une petite vidéo de présentation, à la construction d'un plan CRM, d'un plan de communication, et d'un plan marketing.

Affranchie du rendu de mes projets universitaires, je vais désormais pouvoir mettre les bouchées doubles et me concentrer uniquement sur le lancement de la première version de FleetNote prévu pour début juin.

► Ce premier mois de stage me satisfait pleinement. Il simplifiera mon insertion professionnelle. De plus, je suis confortée dans mes choix universitaire et pleinement satisfaite de mon orientation, puisqu'à chaque fois, j'ai constaté l'importance de la communication lors du lancement d'un nouveau projet.