

[HTTP://PINKANOVA.COM](http://pinkanova.com)

Maxime Garrigues

Associé chez Pinkanova.com
Directeur Commercial
Entrepreneur Web Toulousain

Par Alain ROBERT

MIEC 2008

Nom :

Maxime Garrigues



Associé chez **Pinkanova.com**

Société :

PinkaNova : <http://www.pinkanova.com/>
(podcast : http://fr.intruders.tv/Speciale-Toulouse-Maxime-Garrigues_a766.html)

Le Métier :

Directeur Commercial
Entrepreneur Web Toulousain

Portrait rapide :

[Diplômé d'un Bachelor de l'ESC Toulouse](#), puis d'un [M2 de Gestion en Management de l'innovation de l'IAE](#) de Toulouse, Maxime Garrigues est, depuis 2007, associé dans [une agence de production de contenu vidéo](#). Co-créateur des rencontres [Blog Sur Garonne](#) et de [l'association PetitDeviendraGrand](#), il tente de promouvoir les blogs et l'usage de l'internet à Toulouse (voir aussi l'organisation récente des **Déjeuners sur Web**, organisé conjointement avec [La Mêlée Numérique](#)). On peut trouver son blog perso sur [PetitDeviendraGrand.com](#).

Interlude :

*Les entrepreneurs Toulousains semblent, à l'instar des ordinateurs des dernières générations, réellement multitâches. C'est le cas de **Maxime Garrigues**. Parlons donc en particulier de l'une des sociétés auxquelles il participe, **Pinkanova**, tout en restant centrés sur l'entrepreneur qu'il est.*

La société, le secteur :

Pinkanova, le rose Toulouse et l'innovation.

Boite de communication réalisant la convergence web et vidéo, crée en septembre 2007.

La société est née de la rencontre des membres fondateurs de l'association ACCONT (Spécialisée dans l'accompagnement de projets innovants) et de l'association Lopé Prod (Collectif de réalisateurs indépendants réalisant des courts métrages depuis près de 10 ans). Maxime Garrigues, le fondateur de PetitDeviendraGrand.com (Blogging, Podcast sur le monde de l'entrepreneuriat), est arrivé juste après la création de la structure en temps qu'**Actionnaire** (amenant avec lui ses compétences web) et **Directeur Commercial** pour développer la commercialisation de l'offre, telle qu'elle existe à l'heure actuelle ;

Le positionnement de Pinkanova est innovant puisque la société est la seule à proposer ce genre de services sur Toulouse. Les différentes briques de l'édifice sont **la production de vidéos pour la télé** (émissions et publicités télé), **la production de vidéos pour les entreprises et les commerçants** (films institutionnels, présentation d'entreprises ou de produits) et **la production de Motion Design** (→ création de PLV* dynamiques, animation de ce qui va passer sur les écrans vidéos des commerçants toulousains, avec une stratégie de régie publicitaire).

Si l'action principale de Pinkanova est donc de créer du contenu « vidéo-crétif », l'idée est de développer des services innovants comme la communication et le conseil : communication sur le produit, production de vidéo et promotion de ces vidéos en utilisant les NTIC* (Réseaux sociaux, blogging, hébergement YouTube,...).



Type de clientèle :

Toutes les sociétés sont concernées, des professions indépendantes aux multinationales. Même les particuliers qui désireraient un produit original peuvent éventuellement bénéficier des services de Pinkanova.

Type de films :

Vidéos promotionnelles, Vidéos événementielles, Vidéos de formation, Vidéos de motivation, Films institutionnels, Témoignages clients, Autres : Emission Tv,...

Prestations :

Conception, Réalisation, Tournage, Montage, Encodage, Diffusion, soit la totalité de la chaîne de création d'une vidéo.

Formats vidéos :

Tous les formats sont utilisables, à la demande spécifique du client, suivant l'utilisation prévue, de QuickTime au DVD.

Formats audios :

Idem que la vidéo, des formats basiques au DVD.

Premiers clients principaux :

TNT (émission télévisée), Casino Barrière (publi-reportage), GooJet (vidéo de présentation de l'offre), Villa-Gardern, Géant (Géant Casino TV, PLV),...

*PLV : Promotion (parfois Publicité) sur le Lieu de Vente

*NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication)

Les Métiers (1):

Entrepreneur Web :

Déterminons ce qu'est réellement un « entreprenaute », selon Maxime Garrigues *himself* :

« Il est bizarre ce terme, c'est une nouvelle race d'entrepreneurs hyper connectés qui échangent entre eux via le net et tous les outils disponibles. Les entrepreneurs web sont classiquement des entrepreneurs avec un business à développer, avec des clients, mais comme on est sur le net, on échange beaucoup plus d'informations en temps réel, on se passe des clients. C'est cette activité là qui nous diffère d'avec les autres, donc :

- 1) *Grosse activité sur le net,*
- 2) *On se sert du net pour créer de la valeur.*

Par exemple, dans le cas de Pinkanova, on se sert du web pour réaliser la communication de nos clients.

Pour être un vrai entrepreneur web, il faut réseauter, c'est un peu l'idée de base de l'organisation PetitDeviendraGrand.org : Réunir des entrepreneurs du web, généralement des e-commerçants, c'est-à-dire des gens qui vendent des produits via internet pour mutualiser certains éléments (Par exemple, une newsletter commune : imaginons 3 commerçants qui ont chacun une base de 10.000 abonnés. On va créer une base commune et envoyer ça à 30.000 personnes, la force de frappe va ainsi être décuplée ! L'objet de PetitDeviendraGrand.org, c'est véritablement de s'entraider entre commerçant et entrepreneurs du web. Evidemment, la part de réseautage est importante et plus la part sera importante et plus les opportunités vont apparaître. C'est à mon sens ce qui distingue vraiment un entreprenaute d'un entrepreneur ! »

Les Métiers (2):

Directeur Commercial :

Lorsque l'on travaille dans les NTIC, la dénomination de Directeur Commercial a tendance à s'effacer, surtout au sein des petites structures, pour laisser place à une certaine transversalité d'apporteur d'affaires et de chef de projets. Cela semble exacerbé chez Pinkanova où chacun possède des compétences transverses, ce qui permet de créer des projets à forte valeur ajoutée.

Dans les métiers du web, et en particulier au sein d'une Direction Commerciale, il faut imaginer un outil innovant et unique pour promouvoir le produit du client ! Donc, pour être Directeur commercial dans les métiers du net, il faut globalement maîtriser 4 compétences :

- Pédagogie (expliquer et faire comprendre le web à des patrons pour qui le net ne peut pas être générateur de C.A.),
- Imagination (pour imaginer les applications du futur),
- Compétences techniques (pour le conseil) et,
- Technique de ventes (la base du métier, force de proposition, devis, accompagnement),

En bref, le Directeur Commercial du net, néologisme aidant, c'est un *Directeur Technico-Interneto-Globalo Commercial*. Les salaires sont légèrement supérieurs dans le net que dans d'autres secteurs et des grands chefs de projets web sont recrutés à largement plus de 100K€/an. La demande existe et la double compétence vente/marketing + web est de plus en plus prisée pour accompagner les cadres en place qui eux, n'ont pas *forcément* de compétences web. Cela concoure à un rajeunissement du métier et à créer de belles opportunités.

D'une façon plus générale, le « DirCom » représente l'interface entre le client, dont il doit comprendre la problématique, et la production - les créatifs -, dont il doit s'assurer qu'ils retranscrivent bien la demande du client.

Quelques chiffres (l'industrie, fourchettes de salaire, etc...) : Sur la concurrence de Pinkanova

Peu de chiffres existent sur un marché non pas émergent mais protéiforme en ce sens que chaque créneau du marché n'est pas forcément couvert par toutes les entreprises du secteur et qu'une entreprise donnée peut ne pas être présente sur tous les créneaux.

Pinkanova peut, de ce fait, être associé à plusieurs secteurs, *de la publicité aux RP (Relations publiques)*.

De l'aveu même de Maxime Garrigues, parmi les concurrents (nationaux) de Pinkanova, il existe énormément d'agences sur Paris (agences interactives, agences web, agences de communication) mais essentiellement sur des grands comptes et des budgets plus conséquents à des tarifs supérieurs à ceux pratiqués par Pinkanova. De plus, ces agences réalisent rarement les vidéos pour leur propre compte et les font réaliser par des sociétés spécialisées, contrairement à Pinkanova qui est capable de traiter la totalité de la chaîne.

Le mode même de communication change et de plus en plus de PME vont être amenées à s'intéresser aux nouveaux modèles de communication. C'est là que la société veut se montrer présente, voire incontournable à terme. De fait, si l'on n'associe pas la production de vidéos, **Heaven** (Relations Publiques) ou **WaytoBlue** peuvent être considérés comme des concurrents.

Quelques chiffres (l'industrie, fourchettes de salaire, etc...) : Sur le métier de Directeur Commercial

Cette fonction, qui s'exerce normalement et essentiellement dans les moyennes et grandes entreprises, suppose une organisation sans faille et des contacts directs et fréquents avec les Directions Techniques, Financières et des Ressources Humaines au sein du Comité de Direction. Mais il arrive que l'on retrouve des Directeurs Commerciaux dans des structures plus (voire beaucoup plus) petites à l'instar des nombreuses entreprises naissantes du web (où les Directeurs Commerciaux peuvent également être des associés) qui ont besoin de très bon vendeurs, encore une fois pour tenter de « prescrire » un nouveau mode de consommation.

Et de fait, il est difficile d'imaginer un tel écart entre les différents niveaux de rémunération des Directeurs Commerciaux.

De 0€ (eh oui, il existe des DirCom *stagiaires* dans le domaine des TIC) à 229.800€/an (source : le journal du net), la moyenne se situant plus sûrement dans les environs de 40.000€/an dans les PME et 70.000€ dans les agences parisiennes. L'ancienneté joue aussi, quand bien même le recul que l'on peut avoir sur la communication « webale » est relativement faible.

Profil Type : De l'Entrepreneur Web

Un passionné. Un touche à tout. Capable d'avoir une expertise technique, commerciale, marketing et web. Le plus important n'est pas forcément le but que l'on veut atteindre, mais le chemin à emprunter ! Et ce chemin à emprunter passe souvent par un réseau, qu'il faut développer et maintenir. C'est à cette condition que des opportunités se présenteront et s'avèreront ou non intéressantes !

Profil Type : De Directeur Commercial du Web

Une petite école de commerce ??? ;-) Un diplôme supérieur, ... Un vendeur né, créatif. Plus que dans d'autres secteurs, les NTIC ont besoin de commerciaux formés et surtout ayant envie de se former chaque jour aux nouvelles technologies, la vérité d'un jour est en effet rarement celle du lendemain. C'est l'une des raisons pour lesquelles il y a moins d'autodidactes que dans d'autres branches.

Aujourd'hui, un vendeur lambda pour un produit lambda va devoir imaginer un merchandising particulier. **Un vendeur dans les NTIC va devoir imaginer le produit** avant d'en imaginer la commercialisation afin de répondre à la demande du client. Et là est toute la difficulté :

Comment répondre au besoin du client, comment créer ce besoin et donc quel produit pour quels usages ?

Un jour dans la vie de... :

...Maxime Garrigues :
- 35 heures en 3 jours
- 8h00 – 21h00
- Déjeuner sandwich devant l'écran !

Il n'existe pas un emploi du temps précis. Cadre, le Directeur Commercial se doit d'interagir avec les clients et d'intervenir sur un dossier à tout moment ! C'est le cas de Maxime Garrigues qui doit, de plus, gérer ses blogs et ses propres RP, entraînant des journées qui, transformées en km/h, feraient sauter tout bon permis...

Quelques conseils si vous êtes intéressés par ce métier, Entreprenante Directeur Commercial :

Etre curieux, acquérir le savoir par la recherche permanente et la réflexion. Etre passionné.

Se remettre en question sans cesse, le marché du net évolue chaque jour.

Travailler beaucoup (*et beaucoup*).

Dans les faits, pour celui qui veut travailler dans les métiers du web, il faut avoir des compétences techniques. Il est obligatoire de comprendre ce qu'il faut mettre en place tout en ayant une vision claire du secteur (le net) au sens très large pour pouvoir « *évangéliser* » les clients (n'oublions pas que l'on peut encore parler de *secteur émergent*, quand bien même nombreux sont ceux qui peuvent avoir l'impression de la maîtrise de tous du domaine du net !!! – la réalité est toute autre), leur montrer la valeur ajoutée du secteur, au-delà de l'outil qu'il va falloir « inventer » pour plaire au client.

Sources et liens utiles

Blogs sur Garonne : <http://www.blogsurgaronne.com/>

Petitdeviendragrand.com : <http://www.petitdeviendragrand.com/>

Petitdeviendragrand.org : <http://www.petitdeviendragrand.org/>

Pinkanova : <http://www.pinkanova.com/>

Heaven : <http://www.heaven.fr>

WayToBlue : http://frpress.waytoblue.com/index.php?action=about_us&lang=FR