



> Lire cet article sur le site web

Eneria, quand la maîtrise du digital devient moteur de différenciation

Un ingénieur dans le marketing! Si la figure peut encore surprendre les étudiants, chez Eneria (filiale du Groupe Monnoyeur), toutes les portes s'ouvrent aux jeunes talents qui savent allier technique, business et communication dans un écosystème où le digital est maître de toutes les évolutions. Son Directeur Marketing, Bertrand Bauchard (ESIEE 98) nous en dit plus.

Peut-on dire du digital qu'il révolutionne le marketing industriel ? Eneria distribue les produits Caterpillar et réalise des installations électriques et mécaniques clé en main pour ses clients auxquels il propose également des solutions de services et de maintenance. Si nos solutions sont évidemment très innovantes, notre facteur clé de différenciation clé reste le service que nous pouvons apporter à nos clients. Ancrés dans un monde qui évolue extrêmement rapidement, nous devons aujourd'hui intégrer au quotidien des outils de veille rédactionnelle, technologique et promotionnelle sur internet encore inusités il y a 2 ans à peine. Le marketing du produit et de l'offre n'est plus suffisant : on ne peut plus faire l'impasse sur cette nouvelle dimension digitale. Si cela est déjà acquis dans le B to C, la puissance du net prend de plus en plus de place dans le B to B : Eneria est prêt à relever le défi. Comment sa stratégie marketing s'y est-elle adaptée ? Notre démarche reste la même : adresser le marché et les clients avec des produits et des services à forte valeur ajoutée. Ce qui change, c'est la manière de les adresser. Car le web a inversé les flux de communication : sur certains de nos business, une partie prépondérante des interactions entre l'entreprise et ses clients est consécutive, non plus d'une sollicitation de la part de l'entreprise, mais de recherches effectuées par ses clients. Ce sont désormais eux qui nous cherchent, et ils doivent nous trouver ! Et pour cela, nous n'avons cessé d'accroître notre présence sur le web : site, référencement, réseaux sociaux... Quelle est la place d'un ingénieur dans cette démarche ? Afin de pouvoir promouvoir et vendre nos solutions clé en main aux professionnels, il est impératif de maîtriser leur technicité pour démontrer à nos clients leur adéquation à leurs besoins. Entre technique pure et communication, c'est une opportunité très attractive pour un jeune qui souhaite être sur le terrain et au contact des clients pour « parler produit ». Le marketing industriel est fait d'écoute et de changement perpétuel, pour y réussir il faut faire preuve de curiosité et d'envie d'évoluer. Votre définition du Directeur Marketing ? Il s'assure de l'adéquation entre les offres de son entreprise et les attentes actuelles et futures des marchés. Toujours à l'écoute, c'est un médiateur entre le marché et l'entreprise. « Nous avons besoin de jeunes talents prêts à s'intégrer dans notre caléidoscope d'activités » Quels profils recherchez-vous ? Avant tout de jeunes ingénieurs qui débutent comme ingénieur ou chargé de projet. Ils soutiennent nos commerciaux dans la conception et le chiffrage des solutions apportées à nos clients en complément des moteurs et groupes électrogènes Caterpillar que nous distribuons. Ils travaillent en étroite collaboration avec toutes les fonctions de l'entreprise et peuvent avec l'expérience, travailler sur des projets de plus grande envergure dans des activités, sur des marchés, avec des produits et pour des clients dont la diversité est grande. Ils découvrent ainsi les métiers de l'entreprise. Pourquoi rejoindre Eneria ? C'est une entreprise avec beaucoup d'ingénieurs qui mise sur leur évolution tant vers des fonctions techniques que commerciales ou managériales et qui les ouvre à des parcours en totale transversalité. Client, courage, convivialité, intégrité et esprit d'entreprendre constituent les valeurs de cette entreprise qui fait partie d'un Groupe familial qui met l'humain au cœur de ses priorités. Rejoindre Eneria c'est s'ouvrir à une multitude d'opportunités toutes plus motivantes avec un leitmotiv: se faire plaisir au quotidien.