

ÉDITO

CHRISTOPHE ÉTIENNE
PRÉSIDENT DU RÉSEAU OUDINOT, ET DIRECTEUR
DE BUSINESS UNIT INDUSTRIE DE LA SANTÉ

HEURE D'HIVER, COUVRE-FEU... QUEL HORIZON POSSIBLE ?

En ces temps « sombres » au sens propre comme au sens figuré, nous essayons au Réseau Oudinot de donner des motifs d'embellie et d'enthousiasme !



Le confinement a permis de révéler les initiatives par visio-conférences de beaucoup d'entre nous : webinars avec des Conférenciers hors-pairs le mois d'octobre dernier - Henri de Castries ex PDG d'Axa, et Catherine Thibaux ex DRH de Danone aux côtés de Muriel Pénicaud, réunions mensuelles de nos membres par « zoom », mais aussi conduite de nos conseils d'administration par web-conférence. Nous avons investi sur une plateforme nous permettant aussi d'assurer des « replay », très demandés, augmentant de 50 % en effet le nombre de « vues » !

Le Réseau Oudinot va encore plus loin et organise ce mois de novembre son assemblée générale par visio-conférence et procède au vote électronique ! Là où tant d'autres reculent les échéances et n'osent prendre des paris audacieux, nous avons décidé au Réseau Oudinot d'aller de l'avant, signe de modernité de l'association, et de tempérament « moteur » parmi nos membres !

Alors, contre vents et marées, soyons audacieux, et montrons nos talents de pionniers !

Sommaire

- 2 VIS MA VIE**
Ma vie d'artiste ?
- 3 LU POUR VOUS**
« Expérience Clients - la revanche du BtoB » de Céline Forest
- VU POUR VOUS**
- 4** Les fondamentaux de l'expérience client
- 5** Le mentorat présenté par Catherine THIBAUX
- 6** « La Covid-19, un révélateur de changements profonds » - Webinar d'Henri de Castries -
- 7** L'art du pitch : comment convaincre vite et bien ?
- 8** 10^{ÈME} Édition du Speed Networking franco-allemand
- AUTOUR DE NOUS**
- 9** Comment garder de la proximité... malgré la distance ?
- 10** L'avenir me transporte !
- 11** Entreprises : déjà la fin de la raison d'être ?
- 12 ACTIVITÉS DES COMMISSIONS**
J'ai retrouvé un job grâce au Speed Networking
- 13 TRUCS ET ASTUCES À VOS AGENDAS**



DERNIÈRE MINUTE



J- 4 - N'oubliez pas de renouveler votre adhésion

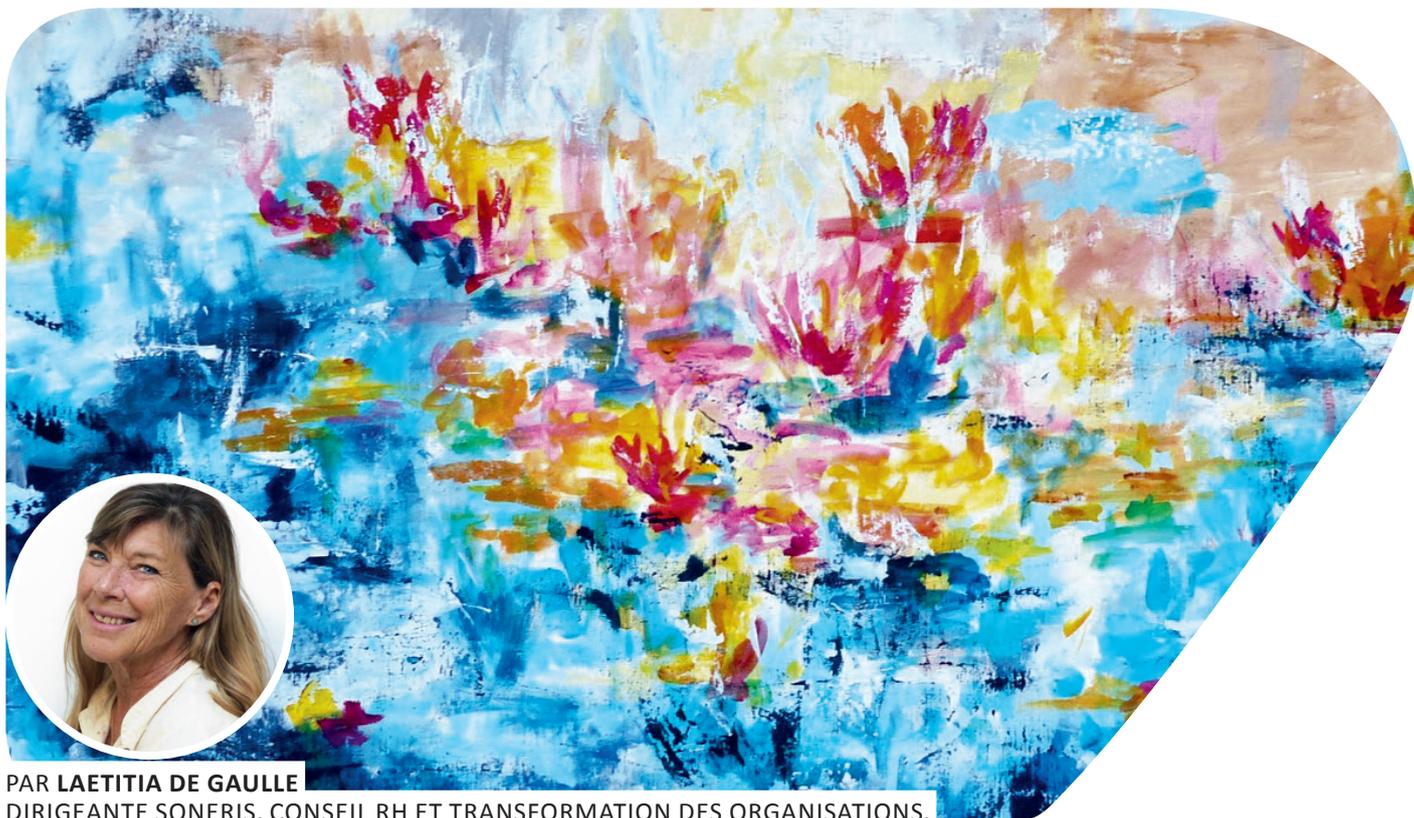
Exceptionnellement celle-ci est fixée pour l'année 2020-2021 à 130 €.

Vous avez jusqu'au 31 octobre.
Après c'est à 200 € !



VIS MA VIE

MA VIE D'ARTISTE ?



PAR LAETITIA DE GAULLE
DIRIGEANTE SONERIS, CONSEIL RH ET TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS.

Elle ne peut être dissociée de tout le reste, comme tout le monde, je suis le fruit d'un équilibre.

Ma matière première est la vie qui m'entoure.

Je travaille sur l'humain, la nature, la représentation d'un monde intérieur. Mes émotions sont cueillies dans l'instant, l'humeur est « brute », sans fard, juste là.

La couleur devient alors matière, émotion, et la profusion d'images qui s'offrent à moi enlève toute limite à mon inspiration.

J'aime être entourée, et pourtant, on pourrait croire que la peinture est une activité solitaire.

Je peints dans un atelier ouvert sur le reste de la maison, accessible à tous,

et d'où je capte la vie, ou je peints dehors, là où vivent aussi tous ceux qui m'entourent, dans le mouvement, le bruit parfois. J'ai besoin de cela.

J'ai longtemps peint pour moi.

Jusqu'au jour où quelqu'un m'a encouragée à exposer.

Quel trac ! j'ai franchi le pas, et ne me suis plus jamais arrêtée.

Ce n'est ni la gloire, ni la frime, ni le besoin d'être admirée.

J'ai découvert un monde. Celui du partage sans fard, de l'authenticité, de l'impudeur pudique.

J'aime que chacun entre dans un tableau et crée sa propre histoire.

Ce que j'ai à lui dire importe peu, seul ce qu'il a à vivre à travers mes tableaux est important.

Je ne suis jamais aussi émue que de voir que cela peut provoquer un sentiment heureux chez autrui.

Ma palette est particulièrement colorée, la couleur m'est essentielle.

Quelle que soit l'humeur, l'épreuve, la période, la couleur donne à mes pensées ce souffle vivant et joyeux.

J'associe souvent des textes, des poèmes, aux tableaux. J'écris, je relie la musique des mots à l'image.

C'est toujours une image, comme une rencontre, qui crée le début de l'histoire.

Et c'est toujours une rencontre, comme une image, qui crée le début d'une histoire. ●



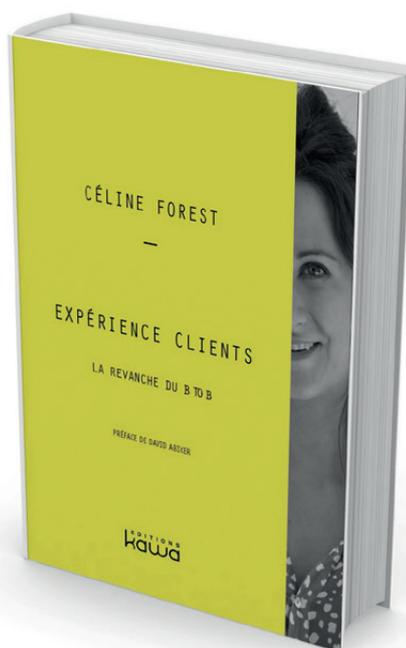
LU POUR VOUS

« EXPÉRIENCE CLIENTS - LA REVANCHE DU BTOB »

DE CÉLINE FOREST



PAR FRANÇOISE BALTÈS
DIRECTRICE SERVICE CLIENTS BTOB(TOC)



Certains brandissent la formule « **le client au centre de nos préoccupations** », comme un étendard sur un page d'entreprise. D'autres l'incarnent en découpant la silhouette d'un humain dans un carton et en l'installant en bonne place à une table de réunion lors d'un comité stratégique. C'est ce qu'a fait Céline Forest⁽¹⁾, alors autant vous dire qu'elle est légitime lorsqu'elle parle d'expérience Client. Et pas de n'importe quel Client : le Client BtoB, sujet largement moins à la mode que celui du consommateur BtoC.

Dans son ouvrage « **Expérience Clients – la revanche du BtoB** », l'autrice affirme que le Client professionnel doit être traité comme un consommateur. S'appuyant sur une

étude Accenture⁽²⁾, elle rappelle que 71% des cadres d'entreprises BtoB disent que leurs Clients souhaitent que leur expérience soit la même que celle qu'ils espèrent dans leur vie personnelle.

Et si le niveau d'exigence est le même (réactivité, conformité, qualité, ...), c'est parce que l'on traite de personne à personne. Et, donc, l'ensemble des collaborateurs est acteur de la satisfaction Clients, des comptables aux RH, d'où un nécessaire alignement de valeurs que Céline Forest décline sous la théorie des « 3 C » : Client / Collaborateur / Corporate. Les 3 sont à satisfaire si l'on veut réussir la Relation Client.

Il serait trop long de décrire ici ses développements sur l'expérience

Client perçue comme vecteur de performance, sur la co-construction avec les acteurs terrain, sur les KPIs adaptés si l'on veut embarquer les équipes, etc... **Alors, courez vous procurer ce livre**, découvrez les témoignages et exemples concrets, et inspirez-vous des conseils pragmatiques distillés étape par étape. Car la fidélisation des Clients BtoB en cette époque troublée mérite bien que l'on se penche sur ses leviers. ●

⁽¹⁾ <https://www.linkedin.com/in/celine-forest>

⁽²⁾ <https://www.accenture.com/fr-fr/company-etude-accenture-b2b-customer-experience-2017>

VU POUR VOUS



PAR FRANÇOISE BALTÈS
DIRECTRICE SERVICE CLIENTS BTOB(TOC)

LES FONDAMENTAUX DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

La Commission Grande Conso du 5 Octobre a eu le plaisir d'accueillir Gilbert Rozès, conférencier expert en Relation Clients.

En cette période où la satisfaction Clients n'a jamais autant été perçue comme un levier de performance et de fidélisation, l'orateur est revenu sur 4 fondamentaux de l'expérience Clients, en émaillant ses propos de multiples exemples :

1- Fournir un service supérieur à celui auquel s'attend le client : de l'effet « *bof* » (service égal à celui qu'on a payé) à l'effet « *whaou* » (le client est épaté, il reçoit un service auquel il n'aurait jamais osé rêver) : la petite fille qui a oublié sa poupée dans l'avion à l'aller et à qui on la

restitue au retour, le chauffeur de taxi qui monte les valises encombrantes au domicile de son passager,..

2- Gérer les attentes du Client pour augmenter sa satisfaction : soit en promettant moins que ce que l'on sait pouvoir fournir : réparation effectuée chez Carglass dans un délai + court qu'annoncé ; soit en ne faisant pas de promesse, au profit d'une bonne surprise : Amazon qui livre + tôt qu'attendu.

3- Rebondir sur l'insatisfaction, en 3 étapes : réparer le dysfonctionnement, récupérer la satisfaction, avec du relationnel, puis rebondir, en offrant un cadeau de faible valeur monétaire mais en lien fort avec l'entreprise : après correction du problème, une banque envoie un courrier exprimant

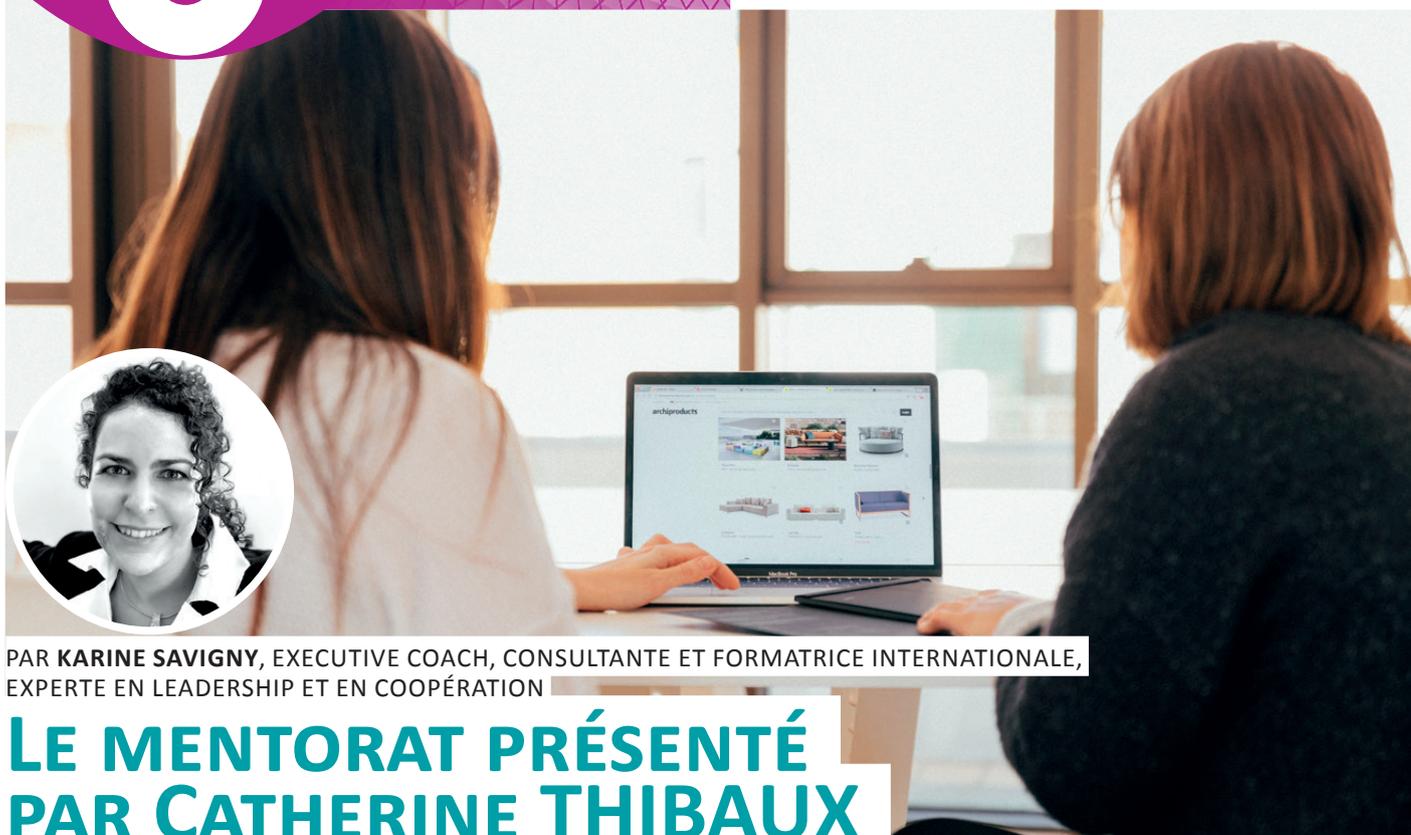
ses regrets, et joint un accessoire pour carte bancaire.

4- Harmoniser les comportements de service, en orientant chaque collaborateur vers la satisfaction Clients : Après avoir défini le but, préciser le moyen de satisfaire le client : « Notre métier, c'est la relation Client. Et puis, il se trouve que nous faisons voler des avions » - South West Airlines ●

<https://www.linkedin.com/in/francoise-baltes>

POUR EN SAVOIR PLUS
<http://rozes.net/le-blog-de-lexperience-client/>

VU POUR VOUS



PAR KARINE SAVIGNY, EXECUTIVE COACH, CONSULTANTE ET FORMATRICE INTERNATIONALE, EXPORTE EN LEADERSHIP ET EN COOPÉRATION

LE MENTORAT PRÉSENTÉ PAR CATHERINE THIBAUX

Le mentorat est la relation par laquelle un « mentor » apporte une aide basée sur sa vie et son expérience personnelle à un « mentoré(e) ».

Comme le coaching, le mentorat vise à faire grandir l'individu, repose sur la confidentialité des échanges et une posture d'écoute et de questionnement. En revanche, le mentor est volontaire, non rémunéré et partage sa propre expérience avec le mentoré alors que le coach est certifié, supervisé et se fait rémunérer par l'entreprise. Contrairement au tutorat, il n'y a ni lien hiérarchique ni échange sur les aspects techniques du métier.

Il existe différentes formes de Mentorat :

- classique : une personne expérimentée aide un plus jeune
- informel : une liste de mentors est accessible en interne sans validation hiérarchique

- croisé : mentor et mentoré ne sont pas dans la même filiale
 - inversé : un junior mentore un sénior (souvent autour du digital)
 - entre pairs
 - solidaire
 - via une plateforme digitale pour « matcher » mentors et mentorés
- Pour que le mentorat se passe bien, il est important de :**
- bien cadrer les actions de mentorat (à qui et pourquoi on le propose, ce qu'on en attend, la durée, faire un bilan de clôture)
 - former mentors & mentorés
 - choisir un lieu neutre propice à l'échange
 - laisser le mentoré piloter le mentorat
 - sélectionner les mentors sur leurs qualités humaines (écoute, empathie, bienveillance, authenticité)

La clé du succès est la confiance qui va se développer ainsi que l'engagement et la co-responsabilité. Le mentor ne doit pas se positionner en modèle, mais juste apporter sa propre expérience et sa propre humanité (erreurs, enseignements partagés...). Il ne peut pas non plus faire la promotion de son mentoré, au risque que la relation ne soit plus authentique.

Être mentor est un super apprentissage ! Le mentor gagne notamment en écoute, se connecte avec les jeunes générations et peut même faire évoluer sa posture de manager. ●

<https://www.linkedin.com/in/karinesavigny/>

<https://www.linkedin.com/in/catherinethibaux/>

VU POUR VOUS



PAR ANNE COURTOIS,
DIRECTRICE COMMUNICATION & MARKETING
ET VICE-PRÉSIDENTE DU RÉSEAU OUDINOT

« LA COVID-19, UN RÉVÉLATEUR DE CHANGEMENTS PROFONDS » - WEBINAR D'HENRI DE CASTRIES -

« *Le Covid-19 et un précipitateur de changements radicaux* ». C'est par ces mots que démarre le webinar, organisé le 15 octobre dernier au sein du **Réseau Oudinot**, avec Henri de Castries, ex-P.d.g. d'AXA et acteur économique de renom.

Bien souvent, les crises sont les anecdotes de transformations en cours. Elles sont symptomatiques de quatre grands facteurs de réussites ou de drames, selon Henri de Castries :

- Le **climat**, avec ses nombreuses catastrophes naturelles – préoccupation majeure aujourd'hui. Quand les conditions changent, les hommes et femmes sont poussés hors des territoires.

- La **démographie**, facteur de croissance sur le continent africain ou de décroissance dans la plupart des pays occidentaux. On assiste également à une crise de la natalité en Chine où l'on vieillit quatre fois plus vite qu'en Occident.
- Les **technologies** qui sont passées des pays occidentaux (16e-17e siècles) aux USA et en Chine, voire à une dispersion dans de nombreux pays.
- Et enfin, **l'idéologie**, avec ses revendications de territoires, de biens ou de quêtes religieuses. Malheureusement, l'actualité ne le dément pas.

Quelle leçon retenir de cette crise sanitaire ? Cette pandémie a précipité

les évolutions car elle a atteint tous les pays, quels qu'ils soient. Un véritable choc universel qui a révélé les faiblesses de nos sociétés, de nos entreprises, et qui en a renforcé d'autres (les entreprises digitalisées). « *On verra dans moins de 10 ans qui survit, alors qu'auparavant nous mettions 1 ou 2 générations* », ajoute Henri de Castries. Et de conclure sur l'éventualité d'une reprise en « **K** ». C'est une désagrégation de ce qui ne marchait plus et un succès de ce qui était déjà en progression. L'avenir nous le dira. ●

<https://www.linkedin.com/in/annecourtois/>

VU POUR VOUS



PAR PHILIPPE TURA
DIRECTEUR ACHATS

L'ART DU PITCH : COMMENT CONVAINCRE VITE ET BIEN ?

J'ai participé ce mois-ci à l'atelier « *Maîtrisez-vous l'art du pitch ?* » animé par Isabelle Vitalis et Carole El Zein Corbanese, rendu possible, par la Commission des Prestataires de Service grâce à Elisabeth Pasteur. Un vrai plaisir avant tout de nous retrouver, 15 membres de notre réseau, en « *live* » mais masqués ! La maîtrise du pitch est un subtil équilibre qui permet d'être rapide et percutant : comment atteindre son objectif, décrocher un rendez-vous par exemple, en moins de deux minutes ? Nos deux animatrices complices nous proposent ce soir de réviser nos fondamentaux et de « *pitcher* » face caméra pour un retour d'expérience efficace.

D'abord une petite séance de détente brise-glace plutôt rock pour nous mettre en condition et les choses sérieuses commencent.

Nos deux animatrices nous amènent à un consensus : « *notre cible doit comprendre en quoi nous l'aiderons à résoudre son problème, ceci en peu de mots* » ! Plus facile à dire qu'à faire. « *Back to basics* » : nos animatrices nous fournissent **une structure en 5 points** (accroche/promesse/offre/engagement/call to action) et quelques outils tels que le mind mapping pour nous permettre de définir chacun notre pitch en quelques minutes. Nous voilà partis pour rédiger notre pitch et le jouer

face caméra. Isabelle et Carole ont prévu des moyens de pro !

Chacun joue le jeu, mis à l'aise par l'approche bienveillante de l'équipe. L'exercice filmé et restitué est révélateur : le fond, la forme, le verbal, le non verbal sont analysés finement afin que chacun reparte avec son plan d'amélioration personnel (aussi inspiré par celui des autres !).

Pour ma part, je repars avec un plan d'amélioration fourni. Je retiens surtout qu'**un bon pitch ne s'use que si on ne s'en sert pas !**

Bravo et merci à toute l'équipe pour cet atelier pro et efficace. ●

VU POUR VOUS



PAR OLIVIER DAUBET
DG DE FILIALE DU MITTELSTAND INDUSTRIEL ALLEMAND

10^{ÈME} ÉDITION DU SPEED NETWORKING FRANCO-ALLEMAND

La 10^{ème} édition du Speed Networking (SNW) franco-allemand du printemps, organisée par le Réseau en coopération avec la Chambre Franco-Allemande de Commerce et d'Industrie (CFACI), a finalement eu lieu le 2 octobre dernier en présentiel.

Cette édition illustre les liens étroits tissés au fil des années avec la CFACI et la fidélité indéfectible entre notre réseau et l'institution consulaire. Christophe Etienne, notre Président, et Patrick Brandmaier, Directeur Général de la CFACI, présents pour l'occasion, ont tous deux souligné l'importance de la démarche réseau pour saisir de nouvelles opportunités professionnelles et celle de la

valeur ajoutée des profils de cadres dirigeants franco-allemands, eu égard à l'interactivité de nos deux économies.

Avec le soutien actif de Patrick Puissant, Responsable de la Commission SNW, l'opiniâtreté de l'équipe organisatrice, S. Kunstreich, J-L Rossignol et moi-même, a permis d'organiser l'évènement en présentiel, dans le respect des règles de distanciation et à la satisfaction des participants, ... heureux de retrouver du lien social !

Les retours des recruteurs confirment la qualité des candidats et de leur préparation. Le modèle éprouvé et enrichi par le Réseau au fil des ans a une fois encore prouvé son

efficacité. C'est ici l'occasion de remercier chaleureusement parrains et marraines ainsi que les « *sparring-partners* » pour leur mobilisation, leur générosité et leur professionnalisme, qui font la force de notre réseau ! Certains cabinets n'ayant pu être présents le jour J, ce 10^{ème} Speed se prolonge d'ailleurs par des entretiens visio en mode « *Speed* » sur le mois de novembre.

Expérience à parfaire pour les entraînements et éditions à venir en ces temps empêchés ! ●

[linkedin.com/in/olivier-daubet](https://www.linkedin.com/in/olivier-daubet)



PAR OLIVIA MIKOL, DRH, MONALBUMPHOTO.FR

AUTOUR DE NOUS

COMMENT GARDER DE LA PROXIMITÉ... MALGRÉ LA DISTANCE ?

Aujourd'hui, on nous demande **beaucoup** : distanciation, arrêt en partie notre vie sociale, culturelle, privilégier le télétravail... des contraintes qui, lorsqu'on est RH, et attaché à des valeurs fortes de proximité, mettent à mal toute la manière dont on a construit notre métier.

Comment garder nos collaborateurs motivés sans présentiel ? Continuer à fédérer les équipes en visio ? Maintenir le lien, l'envie de travailler ensemble, quand la machine à café devient virtuelle ?

Et quand les équipes citadines ne peuvent plus profiter de leur quotidien en ville (bars, musées, théâtres...),

quelle en sera la conséquence sur leur moral ?

Il appartient certainement à chaque organisation d'écouter ses besoins pour s'adapter, mais laissez-moi tout de même partager avec vous quelques idées (que j'ai mises en place pour certaines) :

- garder un lien, même virtuel, avec les équipes : chaque semaine, l'équipe RH planifie « le petit quart d'heure qui va bien », un moment informel en visio avec une équipe en particulier : pour évaluer le moral des troupes
- décaler les horaires (quand opérationnellement cela est possible) : couvre-feu à 21h ? même pas peur ! les collaborateurs finiront

plus tôt de travailler, pourront se faire un ciné-resto entre 16h30 et 20h, et travailler à nouveau de chez eux plus tard dans la soirée

- utiliser les jeux de société facilement transposables en visio : pictionary, trivial pursuit, ...
- tester des jeux en ligne (jeux.ca), des appli collaboratives pour des visio plus dynamiques (mentimeter, ConnexMe)
- continuer à organiser des team buildings (sans faire de copier coller de ce qui existe en présentiel⁽¹⁾)

Notre quotidien change, montrons que la fonction RH s'y adapte ! ●

⁽¹⁾ Laetitia Vitaud : « 4 conseils pour organiser un (bon) team building à distance » (WTJ, 16/10/20)



PAR JEAN-MICHEL HUA, DIRECTEUR EXPÉRIENCE CLIENT

AUTOUR DE NOUS

L'AVENIR ME TRANSPORTE !

En ces temps moroses, il est de bon ton de faire du **transport-bashing**, pour des raisons environnementales et maintenant sanitaires... Mais on a aussi le droit de penser que l'homme continuera à vouloir et à devoir se déplacer et son génie est à l'œuvre pour répondre à cette attente de manière spectaculaire.

Petit panorama non exhaustif de projets impressionnants :

- la RATP vient de déployer de nouvelles rames de métro : avec 120 m elles sont plus longues qu'un terrain de football et ont une capacité de 1 000 passagers soit autant que 2 rames TGV Duplex.
- Mercedes s'apprête à dévoiler son nouveau concept car EQXX : un

modèle électrique à l'autonomie record de 1200 kms !

- ADP, RATP et la Région IDF visent à déployer des taxis volants -sortes d'hélicoptères propres et silencieux- pour les JO de 2024. Objectif : parcourir 30 kms en moins de 15 minutes en zone urbaine. Essais dès 2021 à Pontoise.
- La start-up Boom Supersonic travaille sur l'avion XB1 qui volera à Mach 2,2 et reliera à nouveau - d'ici 2030 ? - Londres et New-York en 3h30 comme le Concorde : démonstrateur en vol fin 2021.
- Space X prépare une fusée qui se déplacera à 12 000 km/h et pourra déplacer 80 tonnes de fret partout sur la planète en 1 heure seulement. 1^{ers} essais attendus en 2021.

- Enfin, l'hyperloop promet le déplacement à plus de 1 000 km/h de capsules dans des tubes sous basse pression. 3 projets privés d'envergure où la France est présente : l'américain HTT (essais à Toulouse), le britannique Virgin (SNCF actionnaire) et le franco-canadien Transpod (démonstrateur à Limoges). 1^{ères} certifications voyageurs espérées vers 2025 mais à long terme, ce concept butte contre le lourd besoin d'infrastructure.

Plus vite, plus haut, plus fort pourrait finalement être (aussi) la devise de l'innovation dans les transports ! ●





PAR FRANCK BESSON
CONSULTANT MARQUE / STRATÉGIE DE COMMUNICATION

AUTOUR DE NOUS

ENTREPRISES : DÉJÀ LA FIN DE LA RAISON D'ÊTRE ?

Le Marketeur **Simon Sinek** s'est rendu mondialement célèbre en 2009 en démontrant que les entreprises ne devaient pas se concentrer sur le « **Quoi ?** » (« *Qu'est-ce que je produis ?* ») mais le « **Pourquoi ?** » : on comprenait mieux que l'on achetait un produit parce que l'on s'identifiait au « **Purpose** » de l'entreprise, et non simplement parce que le produit offrait un bénéfice.

Sont vite apparues aux États Unis les Benefit Corporations, s'engageant pour la société ou l'environnement : « Patagonia (*« we're in business to save our planet »*) », Ben & Jerrie's (*« Promouvoir des business practices qui respectent l'environnement »*), la gamme « *The Right to shower* »

(Unilever) investissant 100% de ses bénéfices dans des douches mobiles pour SDFs, ...

Cette vague du « **Purpose** » trouva son apôtre en Thomas Kolster, un marketeur danois, « *Mr Goodvertising* », et arriva en France avec les Entreprises à Mission : Décathlon, Danone, Groupe Rocher, CAMIF, ...

VOLTE-FACE DE Mr GOODVERTISING

Or voici que Thomas Kolster publie un livre « *The Hero Trap* » (Ed. Routledge, 35€), qui prend le contrepied de son précédent discours : les entreprises avec une raison-d'être sont devenues pléthore, « *impossible de cheminer*

dans une allée de supermarché sans avoir l'impression de rencontrer Mère Teresa, Greta Thunberg ou Nelson Mandela ». Si 65% des gens déclarent vouloir acheter des marques à impact positif, ils ne sont que 26% à le faire vraiment (Kantar).

« *Il faut arrêter de penser que sa marque est le héros, pour transformer le consommateur lui-même en héros, grâce à votre produit ou service qui devient l'instrument du changement* ». « *Aucune marque ne vaut plus que ce qu'elle peut permettre aux gens de réussir* ». Alors, allons-nous déjà passer de l'ère de la raison-d'être à celle de la réalisation de soi par les marques ? ●



ACTIVITÉ DES COMMISSIONS

J'AI RETROUVÉ UN JOB GRÂCE AU SPEED NETWORKING



PAR EMELINE TULARD
DIRECTRICE MARKETING

Fin septembre 2019, en période de transition, j'intégrais le Réseau Oudinot, et participais au 73^{ème} Speed Networking, que m'avait conseillé mon parrain Stéphane Malbois.

Suite au *kick off*, la machine était lancée : cv en une demi-page, pitch sur des temps très courts, définition de mon projet en quelques mots forts, simples mais très spécifiques, identification de mes compétences et soft skills, recherche de cabinet, ...

En 5 semaines, j'ai vécu un bon en avant dans mon discours et mon langage corporel. Chaque entraînement a été l'opportunité de progresser, d'affiner le discours, d'avoir en tête les bons réflexes et les bons gestes.

Tout cela a été possible grâce à la présence de **mon parrain de SNW, Thibaut de Valicourt** et par la présence de nombreux sparring-partners, de tous horizons

professionnels, qui répondent présents et ont à cœur de voir évoluer les candidats.

L'étape ultime est la rencontre des cabinets pour 10 mns de pitch qui s'enchaînent tout au long de cette matinée. De ces rencontres, deux contacts ont émergé pour des entretiens exploratoires. Et, à partir de là, tout s'est enchaîné... En 1 mois, un des deux cabinets m'a permis de rejoindre un process de recrutement pour un CDD avec un accompagnement extrêmement proche et bienveillant. J'ai intégré le 3 février une filiale du Groupe Alain Afflelou, en charge d'un réseau de boutiques d'optique – Optical Discount - en tant que Chef de projet marketing innovation. Fin août, on me proposait un CDI en tant que Directrice Marketing de cette enseigne en pleine mutation.

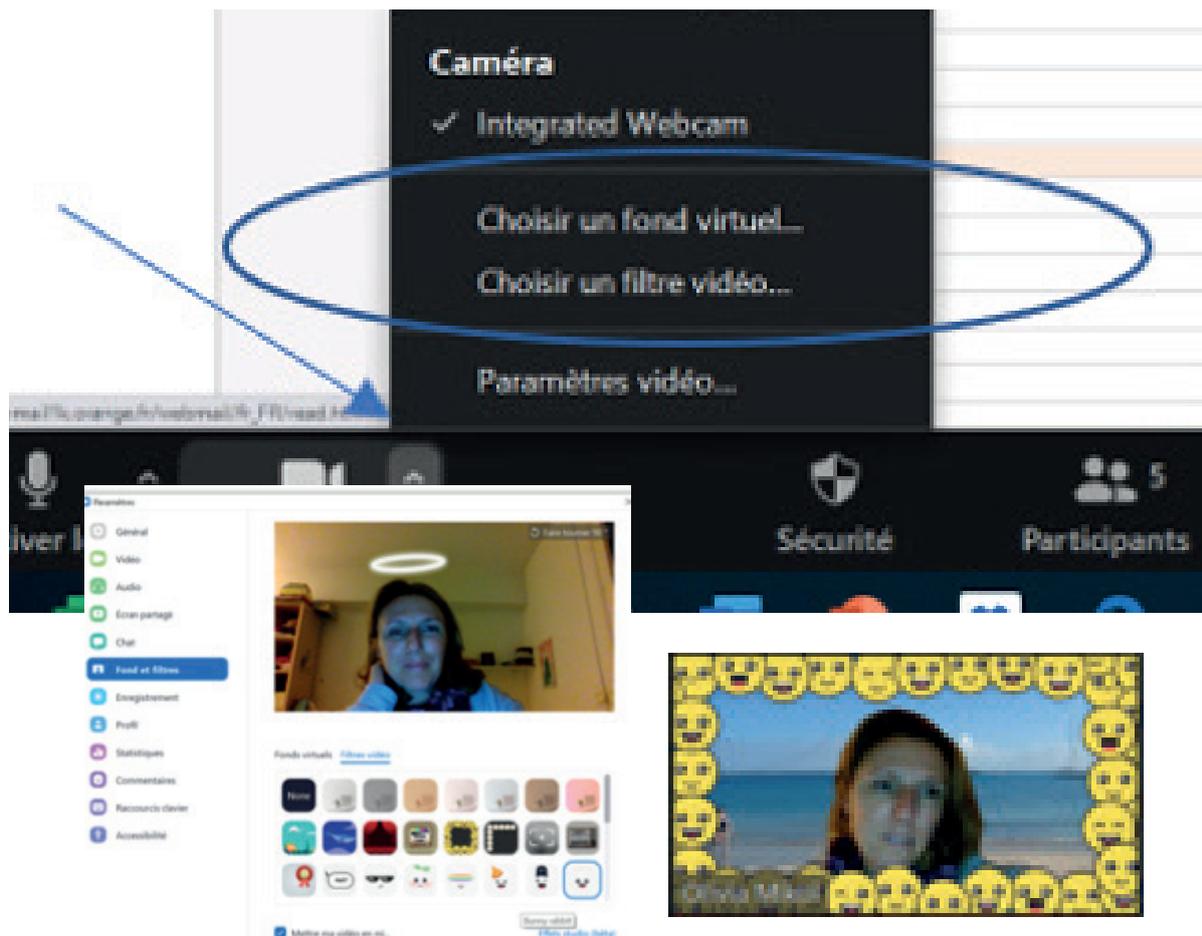
Il est temps pour moi de **rendre au Réseau Oudinot ce qu'il m'a apporté** en participant à l'organisation du 74^{ème} Speed Networking. ●



TRUCS ET ASTUCES

Personnalisez votre fond d'écran zoom !

Si vous en avez assez que vos collègues zieutent sur votre intérieur lors de vos conf zoom, ou si vous souhaitez tout simplement les faire sourire, pensez à la personnalisation de votre fond d'écran ! vous pouvez importer vos photos, mettre un filtre vidéo un peu fun, vous retrouver dans le bureau ovale... l'imagination n'a pas de limite !



À VOS AGENDAS



**PROCHAINE MENSUELLE +
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE** le mardi 24 novembre
en visio zoom (horaire à confirmer)



2 NOVEMBRE À 18H30
ATELIER CO-DÉVELOPPEMENT
Animé par **Antoine Vallet et Karine Savigny** -
en visio conférence Zoom.

3 NOVEMBRE À 18H30
KICK-OFF 74^{ÈME} SPEED NETWORKING – Fraternité des
Capucins, 32 rue Boissonnade, Paris
14^{ème}.

4 NOVEMBRE À 19H30
COMMISSION MANAGEMENT DE TRANSITION - en visio
conférence Zoom.