

# tailormade

SALES & MARKETING

[www.tailormade-sales-marketing.com](http://www.tailormade-sales-marketing.com)

**Simon THOMPSON**

+33 (0)6 29 90 48 90  
simonthompsonparis@gmail.com

**Tailormade Sales & Marketing sarl**  
44 rue Denis Gogue - 92140 Clamart (Paris) - France

*Vision ;  
« To see how it could be, not just how it is » !*

**Votre solution de direction marketing et ventes à la demande.**

Conseil et direction Marketing-Ventes externalisés, au service des entreprises et des agences de communication.

Les interventions sont sur des problématiques ponctuelles et/ou s'inscrivent dans le cadre d'un accompagnement et d'un pilotage dans la durée.

## *Les valeurs d'entreprise*

- **Bon sens du commerce**
- **Exigence de résultats**
- **Loyauté, intégrité & Fairplay**
- **Passion, âme et engagement**
- **Sens du service au client**
- **Qualité du travail**
- **Imagination & vision**

*To see how it could be, not just how it is !*

## *Accompagnement opérationnel*

# *Les domaines de compétence*

### **Marketing**

- Marketing Stratégique / développement de l'entreprise
- Marketing opérationnel / plans marketing & ventes
- Marketing produit / mix produit
- Développement & lancement nouveaux produits

### **Commercial**

- Animation de réseaux de vente
- Systèmes de distribution
- Politique et stratégie commerciale

### **Management - Politique Générale Entreprise**

- Business plans / business model / vision / mission d'entreprise
- Business unit management
- Management de projets / coordination interdépartementale

*L'offre Tailormade*

# *L'offre Tailormade\* Sales & Marketing*

*a) Le conseil et les missions ponctuelles*

*b) Le conseil et l'accompagnement opérationnel dans la durée*

*Tailormade\* = Sur mesure*

## *Collaboration avec Tailormade Sales & Marketing®*

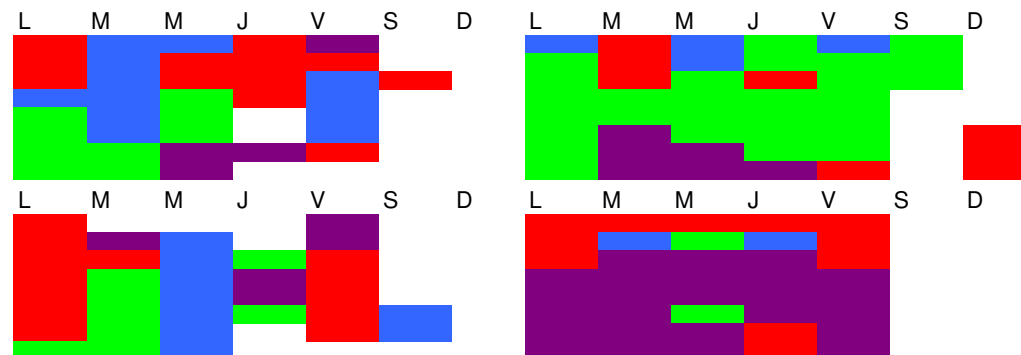
### *Comment cela fonctionne-t-il...*

- **Signature au préalable d'un contrat de confidentialité mutuel**
- **Rappel que Tailormade est un « pure player » : il n'est ni commissionné, ni redevable des différents prestataires qu'il propose et utilise ; le choix se fait en adéquation des besoins.**
- Une société à des besoins qui peuvent se classer en deux catégories, avec pour chacune, une solution adaptée Tailormade© :
- Besoin ponctuel, défini et limitée dans le temps =
- **a) Le conseil et les missions ponctuelles**
- Des besoins sur le durée =
- **b) Le conseil et l'accompagnement opérationnel dans la durée**
- Un nombre forfaitaire de jours par mois sont définis ensemble en fonction du cahier des charges. Les responsabilités, les objectifs, les livrables et le reporting sont définis dans un contrat ayant une période de préavis.

## *Le principe du temps partagé...*

- Travailler au sein de l'entreprise ou alors à distance, ne change rien au fait que l'intensité et le niveau d'activité sur un projet est très rarement constant, il fluctue au gré de nombreux paramètres. C'est pourquoi, le principe de l'accompagnement opérationnel Tailormade© intègre cette réalité pour en faire la force de son business modèle.
- Tailormade propose un service externalisé sur le principe du temps partagé. Ce service est, professionnel, mature, responsable et dédié. Il offre une disponibilité, une flexibilité et un niveau de prestations au moins comparables à celui d'un salarié à plein temps.

**Par exemple, le temps réel consacré à 4 clients sur un mois pourrait se visualiser ainsi :**





*Les outils informatiques, modernes et nomades,  
assurent une communication parfaite entre Tailormade,  
ses clients, ses prestataires et contacts commerciaux.*

*Un reporting mensuel peut, si le client le désire, accompagner  
le contact quotidien...  
par mail, téléphone ou sur skype.*

## *Methodology ; Toujours sur-mesure...*

<b>Audit</b> Comprendre Analyser	<b>Rapport</b> Synthétiser Recommander	<b>Stratégie/Plans</b> Objectifs Budgets	<b>Implémentation</b> Opérationnel	<b>Pilotage</b> Suivi & contrôle Accompagnement
----------------------------------------	----------------------------------------------	------------------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------------------------



- **Ecouter & Voir** (*audit*), **Imaginer & Analyser** (*rapport*), **Répondre & Proposer** (*recos*)... **Produire & Réaliser** (*implémentation*). Comprendre la situation existante, les ambitions et objectifs, formuler des recommandations pertinentes, proposer un plan d'action et l'exécuter.
- Innover sans cesse, pas d'approche « Guru » ni de « solutions passe partout » .
- Amener une méthodologie, une expérience du marketing et des ventes, un œil extérieur et du « good business sense ».
- Construire des bases solides pour amener de la croissance en anticipant les effets et conséquences des décisions prises en amont.



... en gardant à l'esprit que le marketing est  
l'utilisation efficace de ressources et d'objectifs à atteindre !

Ressources Humaines,  
Focus & Méthode

Ressources Financières,  
Optimisation

*Collaboration avec Tailormade sales & Marketing®*

## *Les avantages du système...*

- L'offre de service, et donc son coût, s'adaptera au plus près des besoins réel
- Une expertise « Senior », moins chère et plus flexible qu'en CDI
- Le coût passe en frais généraux et pas en masse salariale, ni nombre de salariés.
- Suivant un modèle de services « pixellisé », Tailormade n'a pas de frais généraux à vous faire supporter.
- Vous ne supportez pas, en plus du salaire et des charges sociales, les frais généraux inhérent à un recrutement en interne (bureau, matériel etc)
- Risque et engagement limités par rapport à un CDD ou CDI
- Possibilités de fin de contrat sans motivation.
- Le client ne paie que les honoraires. Les charges sociales, impôts etc sont à la charge de Tailormade (pouvant atteindre 50%)

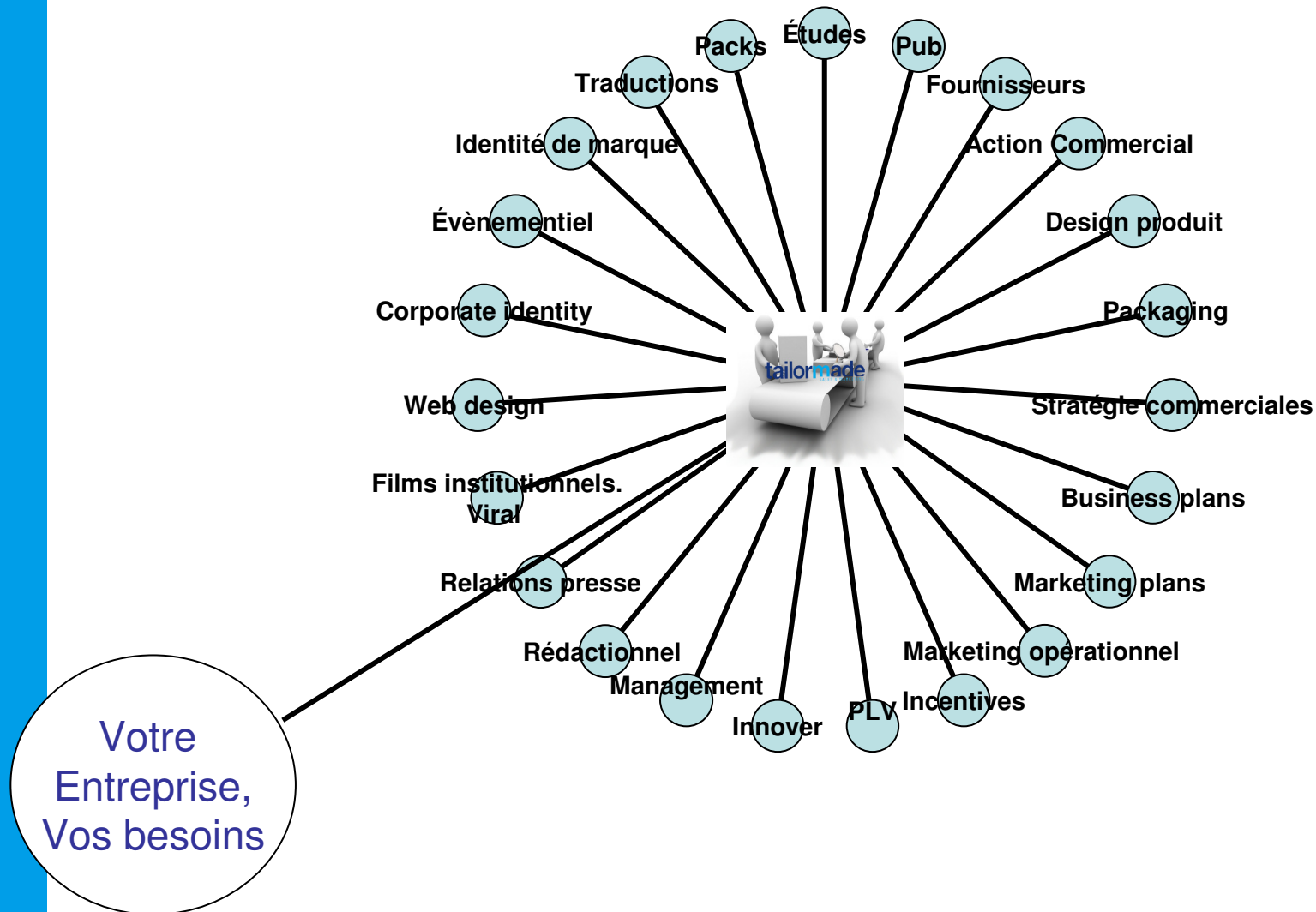
## *Accompagnement opérationnel*

# *Les fondements de l'offre...*

L'efficience (*ratio effort+moyens / résultats*) du travail et de l'offre Tailormade vient de plusieurs facteurs :

- Une excellente faculté à prioriser les tâches et les mener en parallèle (*le multi-tasking*).
- Une rigueur professionnelle enseignée de manière théorique en école de commerce puis, affinée et acquise au fil du temps en entreprise (*PME et très grandes multi nationales*).
- Une structure légère, sans reporting interne lourd, sans « réunionite » et autres activités nécessaires pour huiler les rouages de l'entreprise. Les journées sont consacrées à l'accompagnement opérationnel des clients de manière fiable et posée.
- Des outils de communication modernes et nomades du 21<sup>ème</sup> siècle autorisent à présent l'économie des temps de trajets quotidiens vers l'entreprise tout en restant disponible et en contact permanent !

*L'accompagnement opérationnelle Tailormade® :  
chef d'orchestre des prestataires les mieux adaptés , c'est la  
« pixellisation » de votre département marketing et ventes  
externalisée*



*Le conseil et les missions ponctuelles :*



Besoin ponctuel, défini et limitée dans le temps =

## La mission à durée déterminée

Prix forfaitaire défini ensemble et faisant l'objet d'un devis détaillé où figurent la méthodologie, les responsabilités, les objectifs et les livrables



*Le conseil et l'accompagnement dans la  
durée :*



Des besoins sur le durée =

## Un accompagnement à moyen et long terme

Nombre forfaitaire de jours par mois est défini ensemble en fonction du cahier des charges. Les responsabilités, les objectifs, les livrables et le reporting sont définis dans un contrat ayant une période de préavis.

Nous ont fait confiance :

Des clients prestigieux dans des domaines diversifiés !

Vins & Spiritueux

Santé / Beauté

Alimentaire



Industrie

Luxe



Communication & conseil

## « Evolution / garder l'héritage »

- Système d'identité de marque produit
- Charte graphique
- Nouveau packs
- Nouveau design produit
- Publicités
- Presse
- Internet
- PLV
- Mailing BtoB
- Aides à la vente



100% NATUREL  
100% pierre d'alun



Féret Parfumeurs, Monsieur Vannier, propriétaire 05 59 34 67 83

**Direction commerciale ; prospection et négociation & suivi**

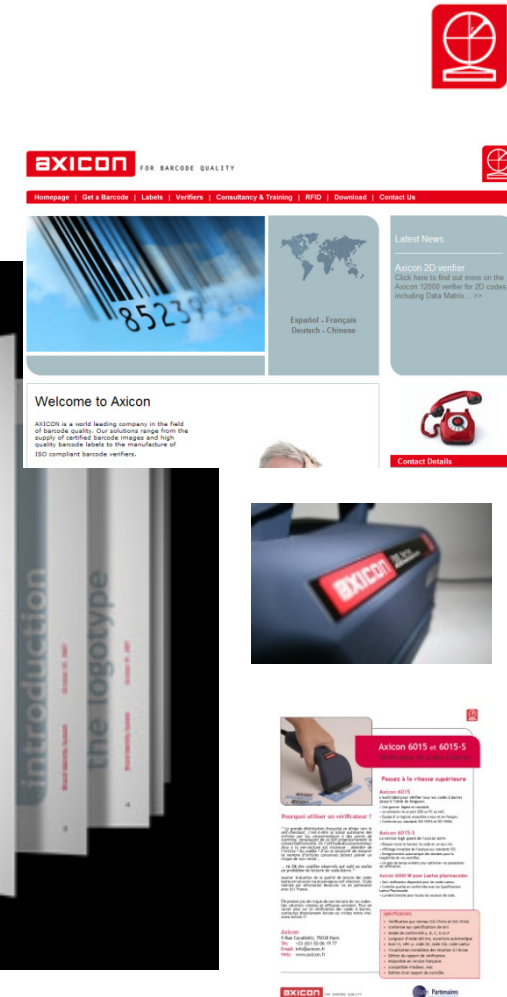
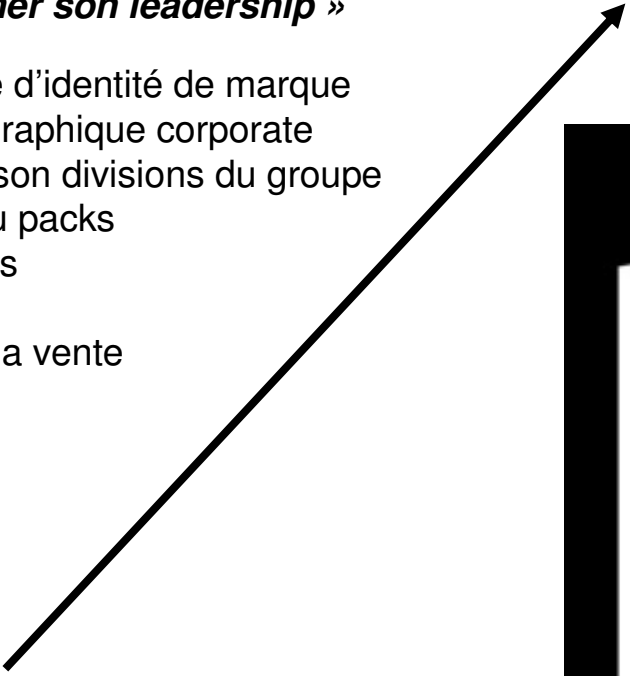


« Depuis presque 4 ans, Tailormade est responsable de la direction commerciale et marketing de notre société. En amont, avec les fournisseurs et prestataires de service, et en aval, avec les clients, Simon est notre « chef d'orchestre » et force de propositions. Selon la méthodologie Tailormade, notre collaboration a commencé par un audit de la situation existante de notre marque et de la société en général. Le rapport d'analyse nous a fait part de recommandations, faisables, concrètes et en accord avec nos objectifs et nos moyens financiers.

Le chiffre d'affaire à presque doublé et nous venons de signer un nouveau distributeur qui pourrait faire encore 50% de plus »

« Assumer son leadership »

- Système d'identité de marque
- Charte graphique corporate
- Déclinaison divisions du groupe
- Nouveaux packs
- Publicités
- Internet
- Aides à la vente



« *Écouter, analyser, proposer, agir* » ; enquête et analyses SWOT



Enquête auprès d'un échantillon de boulangers Banette, représentatifs des 3 500 existants pour aider la direction Banette à définir sa nouvelle stratégie commerciale 2009 – 2015 ainsi que les axes prioritaires de développement des relations avec les boulangers, les moulins, les concepts de points de ventes Banette et la société de Services, La Maison Banette.

- Prise du Brief
- Choix de la méthodologie
- Élaboration d'un questionnaire (qualitatif & quantitatif) ; question fermées et ouvertes
- Administration en face à face de 65 questionnaires (50-90 min), sur 8 départements, en 30 jours.
- Dépouillement des résultats avec analyse statistique
- Rédaction pour la direction d'un rapport de synthèse des remarques les plus fréquentes, des idées les plus pertinentes et actionnables
- Recommandations et rapports S.W.O.T (boulangers/moulins et boulangers/la maison Banette)

## « Plateforme d'animations récurrentes pour le réseau » 2008-2009-2010



- Co-Branding
- Image
- Relations presse
- Événementiel (Salon du Chocolat- B.Delanoé)
- Opérations commerciales
- France, int'l et (Duty Free )

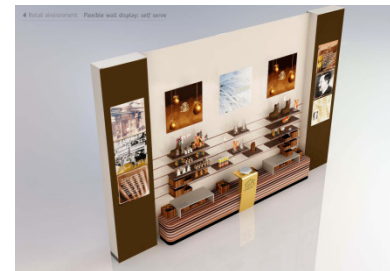


Leonidas, Monsieur Quidel, country manager 06 17 92 09 53  
Leonidas, Monsieur Debecker, sales & marketing director + 32 2 522 19 57

« Produits complémentaires pour désaisonnaliser & nouveaux moments de consommation »



« Un nouveau concept pour dix ans »



Leonidas, Monsieur Dimitrios Kesdekoglou, propriétaire , + 32 2 522 19 57

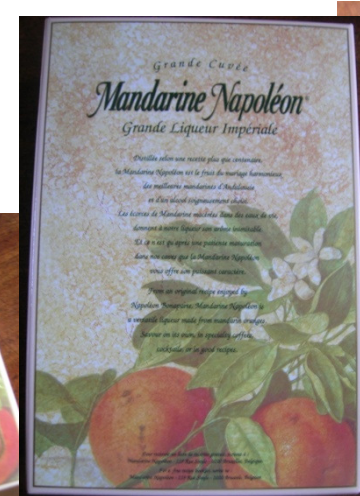
Création de VAN HOO  
vodka super premium pour USA



Chez l'annonceur

Packs, ventes domestiques et Duty Free  
et marketing opérationnel

Relooking Mandarine Napoléon



Directeur de zones, ventes et marketing marques internationales AB-INBEV

Ouvertures de bars-concepts AB-INBEV



*Pour plus d'informations,*  
*[www.tailormade-sales-marketing.com](http://www.tailormade-sales-marketing.com)*

*Né en 1968 en Grande Bretagne, Simon à grandi à Cognac, en France.  
Après des études en Angleterre et en France, et 13 années de vie  
professionnelle en Belgique.*

*Il y a quelques années, Simon décide de créer Tailormade Sales & Marketing  
pour proposer des solutions de Direction Marketing & Ventes externalisées,  
aux PME ainsi qu'aux Agences de Communication.*

*Il intervient sur des problématiques ponctuelles et/ou s'inscrit dans le cadre  
d'un accompagnement et d'un pilotage de marque dans la durée.*

*La solution Marketing & Ventes... à la demande, au plus proche et à l'écoute  
des besoins de ses clients !*





- B.A with honours Liverpool University, G.B



THE UNIVERSITY  
of LIVERPOOL

- Master of Business E.S.C.P (Ecole Supérieure de Commerce de Paris, maintenant ESCP Europe) ; EQUIS & AMBA accredited



- « Master de droit, marketing et commerce appliqué aux alcools »  
, Université de Poitiers/Segonzac/Paris V



**Une maîtrise des outils et de la théorie au service  
du concret..**



- 4 ans : International brand manager pour (Moët-Hennessy-Distribution) marchés domestiques & Duty Free pour l'Europe & Scandinavie



- 6 ans : Directeur de zone (r brasseur mondial : Stella Artois, Becks, Leffe, Hoegaarden etc) pour l'Europe centrale, l'Europe de l'est, Danemark, Suisse, Irlande, Turquie ; puis les Caraïbes et l'Amérique Latine.



- 3 ans : Directeur Marketing Chocolates (comité de direction) Fresh Belgian

## Des expériences à l'international en ventes et marketing...

Marques premium, produits de bouche, distribution sélective, distribution de masse et réseaux d'enseignes.

*Retrouvez-moi également sur le réseau communautaire*

*[www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)*