

FRAN[®]
BARATAUD



Navigateur stratégique auprès des cadres dirigeants



Dans les eaux de l'Amazonie vit un poisson étonnant qu'on appelle l'Anableps.

Il possède 4 yeux qu'il utilise de manière simultanée:
une paire pour observer le fond de la rivière,
et une paire pour guetter au-dessus de la surface.



C'est un poisson qui a rarement faim.

Développement

Stratégie marketing

Communication

Définition d'un positionnement...

... Différenciation lors d'un appel d'offres...

... Défrichage préparatoire d'un projet ou concept...

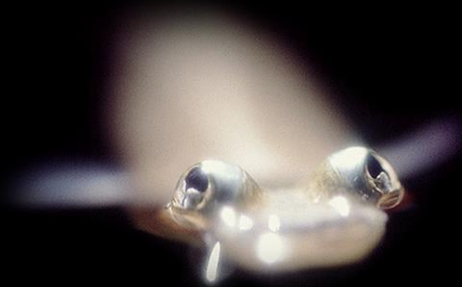
... Déblocage de situations enlisées...

Je suis votre 2^{ème} paire d'yeux:

Pour un second angle de vision sur votre environnement décisionnel.

J'interviens soit au long cours sous forme de rencontres régulières,

soit pour des missions ponctuelles sur des enjeux spécifiques.





Navigateur stratégique ?...

C'est vous qui tenez le volant et décidez à chaque instant de la direction prise, mais, lors des choix à forte valeur ajoutée, **je vous délivre en amont un éclairage complémentaire** pour vous indiquer la petite route que vous n'auriez pas forcément eu le temps d'apercevoir.

C'est en cherchant à rallier les Indes par l'Ouest que Christophe Colomb a découvert toutes les Amériques !



Balades hors du carré...

Je chatouille votre **cerveau droit** quand un projet devient si contraint qu'il en perd son âme.

Je déploie au contraire le **cerveau gauche** quand une trouvaille est tellement enthousiasmante et incontournable qu'elle en devient suspecte.



Mes interlocuteurs privilégiés :

Président, vice-président, directeur général, ou directeur marketing de grandes unités, souvent anciens clients, mais nous ne sommes pas un club fermé !



Nous établissons à deux un rapport direct, simple, de confiance.

Le tout sur une tonalité aussi ensoleillée que possible, parce que nous sommes deux êtres humains.



Quelques eaux propices où l'on a déjà pu apercevoir l'Anableps...



Développement

- Soutien stratégique et recherche de différenciation pour vous aider à remporter un appel d'offres.
- Réponse à une évolution réglementaire problématique.
- Identification et développement effectif de nouveaux cadrans de marché, nouveaux secteurs d'extension d'expertise.
- Définition d'une feuille de route sur l'évolution d'un métier.



Projets internes

- Renforcement de l'interface marketing / ventes.
- Mise sur pied de programme e-learning pour des équipes décentralisées.
- Déblocage de projets bancals ou enlisés.



Stratégie marketing

- Pilotage du portefeuille de marques : arbitrage du champ de compétence et du rôle de chaque marque, synergies, autoconcurrence, défense d'une marque par une autre.
- Audit de la situation réelle de leadership d'une marque.
- Endossement volontariste d'une position de challenger.



Communication

- Audit des signes, voulus ou non, émis par une marque.
- Conception d'actions à fort pouvoir d'impact pour imprimer un virage net à une Marque.
- Brand content qui construit, et non qui remplit !
- Recherche d'un positionnement porteur en vue du regroupement de marques leaders sous un portail commun.

A chaque grand rendez-vous face à l'horizon, **je vous offre un regard croisé, garantissant une prise de recul tout autant qu'une impulsion fraîche** nourrie de transferts d'expériences en provenance d'autres secteurs d'activité.

... la tête hors du carré mais les pieds bien plantés dedans,
pour que la créativité ne lâche jamais la main du pragmatisme.

Et, qu'au bout du dialogue, les projets voient vraiment le jour.



> +33 (06) 611 911 533
franck.barataud@gmail.com

... faisons quelques brasses ensemble ...

FRAN[©]K
BARATAUD

