

## Le marketing au service des ressources humaines

En ce début d'année, vous avez en tête les **objectifs de chiffre d'affaires** à réaliser pour l'année et vous avez commencé à mettre en œuvre vos actions commerciales. A côté de ces actions, l'entreprise veut engager une **action de marketing** de type refonte de son site internet et sollicite un œil externe pour faire une étude de positionnement.

A la restitution de l'étude à laquelle vous avez invité plusieurs membres de l'entreprise, vous vous apercevez que les réactions des personnes présentes sont totalement **discordantes**. L'un se voit vendeur de produits lorsque l'autre se voit vendeur de prestations de services. L'un utilise un terme pour définir son activité que l'autre n'utilise plus car jugé totalement dépassé et ainsi de suite...

### Une étude pour réagir !

Suite à cela, l'entreprise a décidé de prendre le temps de la réflexion en organisant **réunions** et **ateliers** pour se positionner. Travail déterminant pour l'image extérieure vers les prospects, clients, fournisseurs et partenaires mais aussi pour l'interne.

Une action marketing prend toute sa valeur et sa dimension lorsque les équipes et compétences se sentent **impliquées** dans le travail de l'image et du positionnement.

**Épisode 1** : l'équipe est valorisée et casse ses freins pour développer le travail d'équipe dans l'entreprise tout en ayant la maîtrise d'un discours établi face aux interlocuteurs externes.

**Épisode 2** : l'équipe devient fière de ses outils de marketing et communication et n'hésite plus à les présenter comme supports crédibles.

**Épisode 3** : l'équipe devient force de propositions pour atteindre ses objectifs de l'année tout en continuant à grandir individuellement et collectivement.

## EN RÉSUMÉ

L'aviez-vous déjà envisagé sous cet angle ?

**Le marketing est un formidable moteur d'évolution et de cohésion**

**au service des ressources humaines!**