

ENTREPRISE ■ Initio héberge un cabinet qui conçoit des stratégies de développement

Les plans B de l'agence Sey

Un œil extérieur pour trouver de nouvelles stratégies de développement : c'est ce que propose Sandrine Eyrolles, qui vient de lancer son entreprise à Initio.

Jean-Louis Mercier

« **A**ujourd'hui, plus rien ne fonctionne comme avant ». Ce constat tout simple de Sandrine Eyrolles résume la difficulté devant laquelle se trouvent bien des entreprises, commerces ou artisans.

Les vieux schémas de communication, de marketing ou de développement se délitent ou ne fonctionnent plus. Trouver de nouvelles pistes de développement, envisager d'autres marchés, communiquer autrement : c'est ce que propose d'explorer Sandrine Eyrolles.

La jeune femme vient d'installer l'Agence Sey à l'hôtel d'entreprises Initio. Un lieu qu'elle connaît bien pour avoir participé à une part de sa création, alors qu'elle travaillait à la CCI de Tulle-Ussel.

Recréer du chiffre d'affaires avec les outils existants

Après avoir passé sept ans dans l'agence de communication Cadrat, aujourd'hui disparue, Sandrine Eyrolles a en effet été recrutée en 2007 pour mettre en place le service communication de ce qui était encore la CCI de Tulle-Ussel.

« C'est là que j'ai vraiment découvert ce que sont les acteurs économiques. Je suis entrée dans l'origine même de la stratégie des entreprises, dans la problématique de leur communication. »

Cette expérience, liée à sa formation de designer en communication, forment le fond de ce qu'elle propose aujourd'hui. Plus que de la communication, plus que le travail sur l'image ou les éléments de langage : Sandrine Eyrolles propose de regarder l'entreprise avec un œil neuf et de lui trouver d'autres perspectives.



AGENCE SEY. Le travail de Sandrine Eyrolles se concrétise parfois par du marketing concret. PHOTO ANNIE BOSSUT

Les chefs d'entreprises viennent la voir lorsqu'ils sont dans le doute. « J'ai l'exemple d'une entreprise très bonne dans son secteur d'activités, qui a racheté son concurrent, mais qui est arrivé au bout de son développement. Pour une autre, sa façon de commercialiser, qui a très bien marché pendant des années, ne fonctionne plus du

tout, et il fallait trouver autre chose ». La tête dans le guidon, les chefs d'entreprise n'ont pas toujours le temps et l'esprit libre pour tracer des perspectives nouvelles, alors que les marchés s'essouffent désormais plus vite. Sandrine Eyrolles intervient. « Il y a d'abord un temps d'immersion dans l'entreprise », pour la comprendre, connaître

ses processus, savoir ce qui est possible. Puis il y a des propositions : « ça peut être un nouveau type de produits, de nouveaux modes de commercialisation, ou un changement dans la communication et le marketing. Avec souvent une obligation : rester dans les contraintes, les outils existants, pour recréer du chiffre d'affaires ».

En parallèle, l'ex de la CCI travaille avec la Chambre de Commerce, ou un comptable, pour valider le modèle économique envisagé. Ce long travail de plusieurs mois doit aboutir à la relance de l'entreprise, qui porte souvent en elle-même les moyens de son renouveau. Encore faut-il savoir les réactiver. ■

■ Un travail avec Maugein

Sandrine Eyrolles a accompagné Marie-Christine Dubard, fin 2013, dans le processus de reprise des Accordéons Maugein. Avec la présidente de la manufacture nouvellement créée, Sandrine Eyrolles a repensé la communication et le marketing, histoire de moderniser l'image du fabricant d'accordéons. En sont issus les logos et les produits dérivés tels que les chapeaux et les éventails, mais aussi l'ouverture de la boutique éphémère durant le festival des Nuits de nacre.