

Soirée
Prestige

CELA
Club d'Entreprises
en Loire Aubance

PARTENAIRES

Soirée Prestige

de l'association CELA

vendredi 5 juin 2015



Association CELA

Club Entreprises en Loire-Aubance

A l'origine, il y a quelques entrepreneurs locaux, James Boumard (entreprise Comelec) et Alexis Desjeux (agence de communication Desjeux Créations) soutenue par la communauté de communes Loire-Aubance et Angers Loire Développement pour améliorer et consolider les relations entre acteurs économiques du territoire. Une première rencontre a eu lieu le 28 novembre 2013 au Fief de la Thioire pour bien comprendre les attentes des entrepreneurs. 150 élus et chefs d'entreprises de la com'com Loire-Aubance ont répondu présent à cette soirée. L'idée est validée : un club d'entreprises sera créé. Depuis fin 2013 une trentaine de chefs d'entreprises du territoire se sont réunis pour construire et animer le club avec pour effet une création officielle de l'association CELA le 24 avril 2014 !

Les objectifs de la démarche du CELA (association loi 1901)

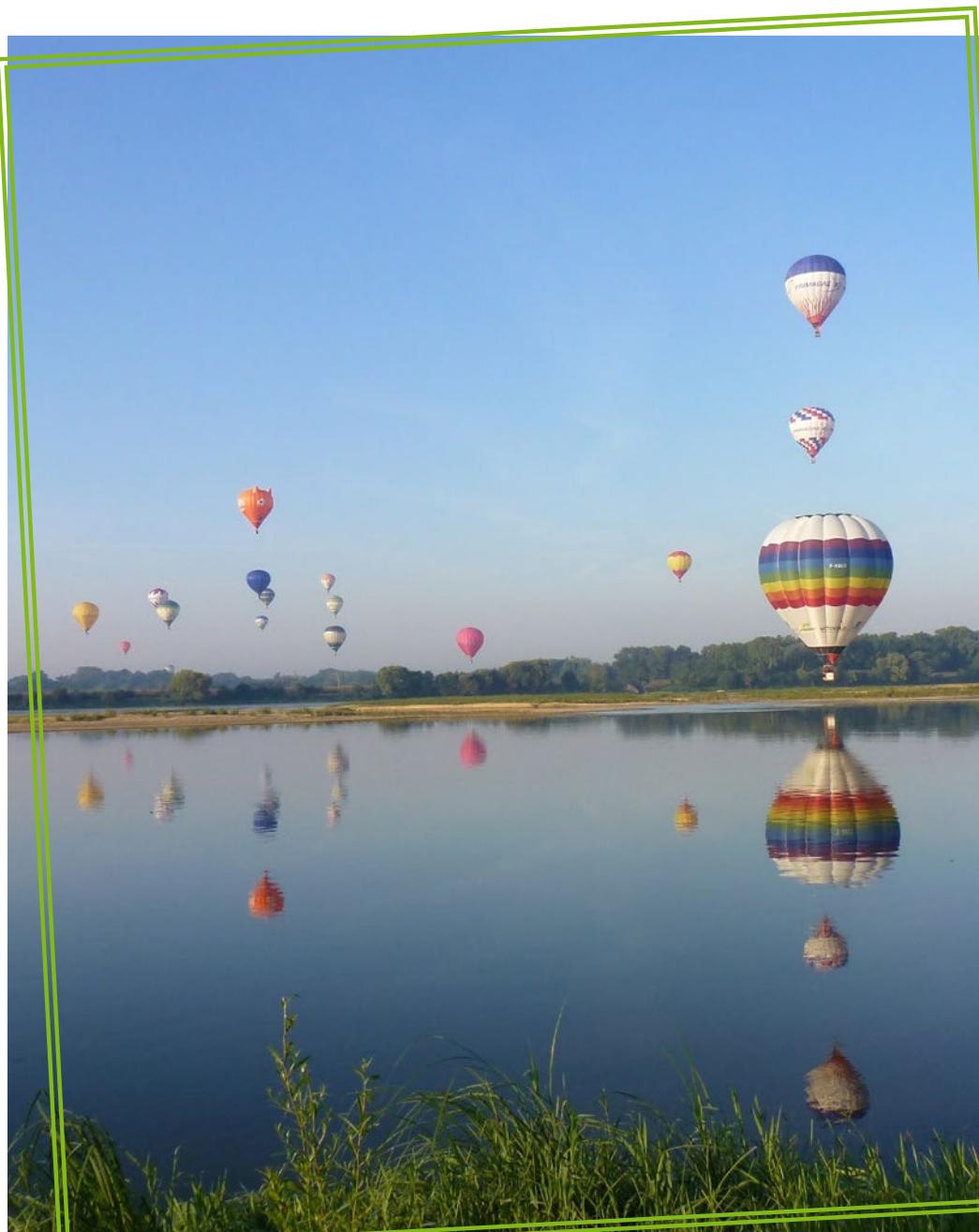
Le club a pour but de promouvoir ses membres, l'attractivité économique en Loire-Aubance et de favoriser de nouvelles synergies au sein de ce réseau. Des mots forts sont posés : l'entraide, la formation, la convivialité pour un business intelligent, respectueux et responsable. L'idée est bien la rencontre humaine, le partage d'expériences et la mutualisation de nos atouts. Bien entendu, en toile de fond, ce club a aussi pour vocation le développement d'affaires entre les entreprises locales, mais ce n'est pas la démarche principale.

Les animations et le fonctionnement du CELA

Ouvert à tout établissement du territoire Loire-Aubance moyennant une cotisation de 50 euros par an, le club proposera une réunion mensuelle (le dernier jeudi de chaque mois – de 19h30 à 23h). Ces rencontres conviviales se dérouleront dans les entreprises, avec à la fois une visite de site et un temps d'échanges sur une thématique définie. Une partie convivialité viendra clore la réunion (dîner, traiteur, cocktail dinatoire...) à la charge de chaque participant.

Nous proposons également des **réunions CELA'telier** : des formations courtes en petit groupe (8 à 10 personnes max.) pour échanger sur des sujets techniques, administratifs, juridiques ou commerciaux en lien avec nos activités de chef d'entreprise.

Le président,
Alexis Desjeux

Crédits photo© : Laure Halligon



Dominique Desjeux

Avez-vous développé votre entreprise avec un réseau de proximité ?

Ce qui est particulier avec mon entreprise, c'est que je suis un « universitaire-entrepreneur » dont l'objectif est de former des experts en sciences humaines qui soient capables d'aider les entreprises à innover et à développer des marchés à l'international. J'ai donc dû développer des réseaux en France et à l'étranger, aux États-Unis, en Chine, au Brésil et en Afrique.

Comment avez-vous mené votre politique de prospection ?

La base de la prospection ce sont des déjeuners de travail, des événements universitaires et professionnels, des publications, un site et donc énormément de travail pour repérer les clients et se faire repérer.

Comment avez-vous utilisé le digital/ les réseaux sociaux pour développer votre business ?

Mon principal outil digital est mon site à travers lequel les anciens étudiants, dont une partie s'est formée en réseau d'anthropologues professionnel, présentent leur activité, proposent des emplois, des contrats, et expriment leurs demandes en consultant ou en expert ponctuel pour tel ou tel pays.

Quelles difficultés avez-vous rencontrées dans votre prospection commerciale et/ou dans votre développement ?

La grande difficulté de la prospection commerciale c'est d'arriver à élargir son réseau qui au départ était un réseau familial et amical, petit à petit il devient un réseau plus professionnel et aujourd'hui il est fait de personnes que je ne connais absolument pas, mais qui me repèrent à travers mon site, les interviews que je fais dans la presse, les

conférences que je donne à partir de mes enquêtes sur les comportements des consommateurs en France et à l'international.

Comment avez-vous fait pour gagner la confiance de vos partenaires (banquiers ou ressources humaines) ?

La confiance vient du fait que je n'ai pas un gros besoin d'endettement, car je n'ai pas à investir dans du matériel onéreux. La seconde source de confiance tiens au fait que mes clients sont des gros clients et donc cela rassure le banquier en cas de besoin de découvert pour lancer une enquête internationale.



M. Misandeau

Avez-vous développé votre entreprise avec un réseau de proximité ?

Je fais partie effectivement de clubs d'entreprises sur Angers (par exemple les cent cravates) qui me permettent de créer du lien tout en l'associant avec du loisir.

Comment avez-vous mené votre politique de prospection ?

Je ne mène pas une politique particulière de prospection, je bénéficie il est vrai de l'ancienneté de l'entreprise dans la profession et des relations avec des architectes de la région. Le bouche-à-oreille fonctionne aussi très bien. La seule publicité visible est celle faite sur mes camions d'entreprise

Comment avez-vous utilisé le digital/ les réseaux sociaux pour développer votre business ?

J'ai un site internet qu'il faut sans cesse remettre à jour qui me permet d'avoir une vitrine de mes réalisations. Sinon je suis également sur facebook et linkedin.com

Quelles difficultés avez-vous rencontrées dans votre prospection commerciale et/ou dans votre développement ?

La concurrence est très importante dans notre domaine d'activité ; Il faut se battre au quotidien pour obtenir les marchés. Je ne cherche pas spécialement à me développer plus, mais je souhaite surtout la maintenir à un niveau constant.

Comment avez-vous fait pour gagner la confiance de vos partenaires (banquiers ou ressources humaines) ?

Il faut vraiment travailler en partenariat, c'est-à-dire être transparent si une difficulté survient, notamment avec les banquiers.



Jean-François Dutour

Avez-vous développé votre entreprise avec un réseau de proximité ?

Le Club des Cent Cravates me permet de rencontrer différentes personnes de différents secteurs sociaux et économiques..

Ainsi des responsables du comité d'expansion et de « Angers Loire Développement » m'ont aidé dans le dossier de la création de mon entreprise.

Ils m'ont proposé un bâtiment industriel pour ma production et m'ont accompagné dans la recherche de mes partenaires financiers, des subventions et autres aides financières en contrepartie des créations d'emplois en milieu industriel.

Comment avez-vous mené votre politique de prospection ?

Fort de mon expérience et de mon réseautage et de la connaissance des distributeurs et acteurs du Bâtiment durant plus de 20 ans, il m'a été naturel de me diriger vers eux pour proposer mes services. La différenciation et les innovations m'ont ouvert les portes (sans jeu de mots).

Comment avez-vous utilisé le digital/ les réseaux sociaux pour développer votre business ?

Dès le lancement de l'entreprise nous avons créé un site internet « placardstyl.com » que nous avons mis à jour régulièrement.

Pour booster notre communication nous avons approfondi notre démarche « digitale » en collaborant avec un webmaster freelance qui nous accompagne dans la création nos newsletters (bi-mensuelles), de notre blog ainsi que des réseaux sociaux facebook et twitter

Quelles difficultés avez-vous rencontrées dans votre prospection commerciale et/ou dans votre développement ?

Nos produits doivent-être présentés dans des showrooms des Grossistes (Négoces), il a fallu « faire de la place », au détriment et (ou) aux côtés de nos confrères déjà en place dans les corners.

Nos acheteurs « finaux » sont les entreprises de menuiserie et d'agencement intérieur, principalement artisanales. Nous nous sommes impliqués « personnellement » dans la prescription de nos produits auprès de tous les acteurs du bâtiment, d'où une certaine inertie avant que notre marque soit connue et ... reconnue !!

Comment avez-vous fait pour gagner la confiance de vos partenaires (banquiers ou ressources humaines) ?

Mon expérience, mon vécu dans ce métier, la connaissance des marchés et des concurrents (ex Président du Directoire et DirCom du leader du marché) m'a donné une légitimité.

Les différenciations produits, ainsi que la pertinence de la déco-tendance de nos placards ont été des atouts non négligeables...



Programme vendredi 5 juin 2015

19h - 19h15 : accueil des participants dans la salle de garde du Château de Brissac-Quincé

19h15 - 20h00 conférence / débat

Comment je donne de l'essor à mon activité ?

Intervenants (intervention du trio en synergie commune) :

M. Dominique Desjeux (entreprise DAIZE'CO)

Monsieur Misandeau (société Misandeau)

M. Jean François DUTOUR (société Placardstyl)

20h00 - 20h30 présentation des partenaires institutionnels et des sponsors dans la salle de garde.

20h30 - 21h00 décollage d'une montgolfière dans la cour du château.

21h00 - 23h00 - convivialité dans les écuries du château

Ce sont près de 150 décideurs, chefs d'entreprises, grandes institutions qui seront présents le jour de la soirée Prestige.

Partenaires

Venez rejoindre nos partenaires :



Plan de communication

Dates de communication par semaine	9	12	19	20	21	22	23
Site Internet (CCLA / CELA / ALDEV)							
Cartons d'invitation							
Affiche Événement							
Dossier de presse							
Programme							
Badges							

Support de communication avec les logos des sponsors	Montant	300€	500€	1000€	+ 1000€
Site Internet (CCLA / CELA / ALDEV)					
Cartons d'invitation					
Affiche Événement					
Dossier de presse					
Programme					
Annonces pdt. colloque					
Badges					

Renseignements :
Alexis Desjeux
Président du CELA
Tél. : 06 31 45 32 60



www.club-entreprises-loire-aubance.com
contact@club-entreprises-loire-aubance.com