

Henry-Michel ROZENBLUM

hm@rozenblum.com

06 15 04 58 79

Direction Générale entreprise ou association

Marketing – Ventes – Partenariats

Expériences

Industrie informatique : 25 ans

Industrie de l'électronique : 3 ans

Associations professionnelles et GIE : 9 ans

Marketing : 15 ans

Ventes : 10 ans

Direction générale : 8 ans

Compétences

Management d'organisations et groupements

Marketing (Go2Market, Outils de ventes, Channels)

Lancement de nouvelles activités

Communication (Internet, Réseaux, institutionnelle)

Organisations d'événements, conventions

Recherche de partenariats, sponsoring et financement

People Management

Parcours professionnel

- Depuis 2003 **ODAR Technologies – Indépendant – Principales missions** ↴
Délégué Général EuroCloud France – Association professionnelle (depuis 2005)
Directeur Marketing et Production de Storex – Disques durs multimédia (2009)
Directeur Général de Rise – Intégrateur stockage (2007 – 2008)
Chargé de mission chez Cisco (2005)
Chargé de mission chez Wallix (2005)
Secrétaire Général du GIE VDN – 30 éditeurs et intégrateurs IBM (2004 – 2009)
Directeur Marketing d'Orditec – Intégrateur et infogérant (2004 – 2006)
Directeur Marketing Qualstar – Constructeur de robots de sauvegarde (2003)
- 2000 – 2003 **Logix** – 1^{er} grossiste IBM et Oracle
Directeur Marketing Produit
Directeur Business Unit Stockage et eBusiness
- 1992 – 1999 **Digital Equipment puis Compaq**
Directeur Business Unit Stockage
Directeur Marketing « Digital Contact » et canaux indirects
- 1989 – 1991 **Somelec** – Constructeur / mainteneur électronique militaire
Chef des Ventes et responsable Marketing
- 1985 – 1989 **Digital Equipment**
Spécialiste Marketing
Ingénieur commercial

Formation : Ingénieur ESME (Sudria)

Connaissances : Anglais, Office, HTML/CSS, Joomla, Salesforce, réseaux sociaux

Etat civil : Français, 3 enfants, divorcé

Loisirs : Randonnées, lecture, philatélie, piano, clarinette

ODAR Technologies

Depuis 2003

Entreprise individuelle de conseil et d'accompagnement en marketing et en développement commercial.

Mes clients :

- des PME de l'informatique, surtout éditeurs de logiciels et SSII. Elles ne possèdent pas de direction marketing, de responsable de développement des partenariats ou souhaitent renforcer leur action commerciale ;
- des associations professionnelles ou GIE d'entreprises dont j'assure la direction opérationnelle et la gestion.

Description de quelques missions en cours ou terminées :

EuroCloud – Depuis 2005 – www.eurocloud.fr

Association professionnelle regroupant aujourd'hui 110 acteurs du Cloud Computing en France. J'ai été recruté comme **délégué général** pour relancer l'association et en faire un acteur incontournable.

Objectifs

Recrutement de sociétés adhérentes
Augmentation de la notoriété
Financement des activités
Gestion professionnelle
Animation de l'association
Lobbying
Outils de communication

Résultats

40 en 2005, 110 en 2011
Organisation depuis 2006 des Etats Généraux annuels de la profession
Aucun sponsor en 2005, Une trentaine de sponsors en 6 ans
Mise en place d'un CRM, Comptabilité, cotisations
Commissions, production de livres blancs, dîners-débats
Partenariat avec la CCIP, Ministère de l'Industrie, OSEO, CDC, ...
Newsletter bimensuelle, site Internet, réseaux sociaux, communiqués

VDN – 2004/2009 – www.vdn.fr

GIE créé en 2003 par une dizaine de partenaires d'IBM. Recruté comme **secrétaire général** pour booster un groupement qui n'arrivait pas démarrer, à s'organiser et à se renforcer.

Objectifs

Redéfinir les objectifs
Accroître le poids du GIE
Interactions fortes entre membres
Financement du GIE
Achats groupés
Communication
Offre groupe
Assurance RC Pro et autres

Résultats

Plan d'actions annuel, revu chaque trimestre pendant 6 années
12 adhérents en 2004 – 28 en 2010 – En cumulé : 70 M€ et 450 salariés
Programmes de sous-traitance et de distribution internes
Accord de reversement de marges « arrière » avec les grossistes
Négociation de contrats cadre avec de nombreux fournisseurs
Une dizaine d'interviews/articles dans les médias
Création de VDN Finance adossé à BNP Paribas Lease Group
Négociation d'un ensemble de protections et de couvertures très larges

Storex – 2009 – www.storex.fr

Leader français sur le marché des disques durs multimédia grands publics. Très présent dans la grande distribution et la distribution spécialisée. Mission de management de transition suite au départ du titulaire du poste, n°2 de l'entreprise. Objectifs principaux : Reprendre en main une équipe de 30 personnes (chefs produits, ingénieurs de développement, communication, commerce électronique, usine à Chenzhen en Chine) et sortir la nouvelle gamme.

Objectifs

Définition de la nouvelle gamme
Maintenir la position de leader
Adhésion des distributeurs
Réorganiser l'équipe Marketing
Remobiliser l'équipe de Chenzen
Réorganiser la production
Stratégie d'entreprise
Améliorer le support technique

Résultats

Catalogue entièrement renouvelé en 8 mois et présenté au MedPi
Nouveau site Internet institutionnel et lancement d'un site d'eCommerce
Grand show avec tous les acteurs (Carrefour, Fnac, Auchan, Surcouf,...)
Redéfinition des missions/objectifs, mise en place d'un outil de reporting
Salaires/objectifs motivants, meilleure intégration à l'équipe en France
Signature de contrats avec plusieurs sous-traitants chinois
Réunion mensuelle avec les cadres pour établir la stratégie d'entreprise
Lancement d'un Wiki (wikipedia like) de support en ligne des clients

Orditec Services – 2004 / 2006

SSII avec une forte composante intégrateur et inforgérant. Son PDG m'a confié l'ensemble des opérations marketing pour Orditec Services et ses deux filiales Orditec Consulting et Ordi Solutions. Vendu en 2006 à D.FI.

Objectifs

Outils de vente communs
Communication
Nouvelle activité d'infogérance
Séminaires clients
Accompagnement du PDG

Résultats

Réalisation d'un catalogue de présentations PowerPoint pour les I.C.s
Développement d'un nouveau site Internet et d'une newsletter trimestrielle
Conception d'une plaquette 4 pages
Présentations à l'Atelier BNP Paribas
Dans tout le processus de reprise d'un intégrateur « sécurité »

Logix - ArrowECS

2000 / 2003

En 2000, Logix était le 1^{er} grossiste informatique (matériels, logiciels, services) d'IBM, d'Oracle, Citrix, TrendMicro,... 170 M€. Racheté depuis par le groupe américain Arrow. www.arrowecs.fr

Directeur marketing produits – 2001 / 2003

Manager d'une équipe de 9 chefs produits et de 3 assistantes marketing, pour la zone France et Belgique. Etre garant de l'alignement des objectifs de l'équipe marketing sur les priorités stratégiques de l'entreprise.

Objectifs (exemples)

Lancement du Club Advantage
Améliorer les prévisions de vente
Recherche de nouveaux produits
Gestion du budget marketing
Evénements
Relations IBM

Résultats

Amélioration de la fidélité des clients mesurée par les commandes
Implémentation d'un CRM utilisé par tous les commerciaux
Signatures avec 5 nouveaux fournisseurs (middleware, sécurité, stockage)
Nouvel outil de suivi et de mesure du ROI des campagnes marketing
Participation de Logix à des salons et événements fournisseurs
Création et animation du WebSphere Club

Directeur Business Unit Stockage et de la Business Unit eBusiness – 2000 / 2001

Renforcement des ventes de solutions de stockage et lancement de l'activité eBusiness (Aujourd'hui on parlera de « cloud »). Equipe de 2 commerciaux, 2 chefs produits et 2 avant-vente.

Objectifs (exemples)

Ventes Stockage : 15 M€
Recrutement revendeurs
Ventes eBusiness : 10 M€
Offres dédiées
Outils marketing
Lobbying

Résultats

Objectif dépassé (120%)
Recrutement de revendeurs ex-Digital, déçus par le rachat par Compaq
Objectif atteint à 100% sur un marché balbutiant et partant de « 0 »
Création de packages spécifiques aux nouveaux acteurs du eBusiness
Docs commerciales, un white paper
Co-fondateur de l'association ASP Forum qui allait devenir EuroCloud

Digital Equipment France puis Compaq à partir de 2008

1992 / 1999

Digital, 2^{ème} constructeur mondial généraliste, inventeur de la mini-informatique (PDP, VAX, Alpha) qui n'a pas su prendre à temps le virage Unix et PC. J'ai vécu de très près le rachat par Compaq et le plan social très violent qui a suivi.

Directeur Business Unit Stockage (StorageWorks) – 1996 / 1999

Manager d'une équipe de 4 commerciaux, d'un chef produit et de deux consultants. Etre garant de l'alignement des objectifs de l'équipe marketing sur les priorités stratégiques de l'entreprise. Dernier objectif de C.A. : 170 M€. Responsable des ventes et du marketing sur toute la gamme de stockage et de sauvegardes (matériels et logiciels) sur les gammes Digital et Compaq.

Objectifs (exemples)

Relance après 2 plans sociaux
Atteintes des objectifs
Consolider le réseau de distribution
Leadership sur le marché
Digital / Compaq

Résultats

Recrutement d'une équipe complète en 1996 et à nouveau en 1998
100% chaque année, malgré des conditions internes redoutables
En 4 ans, le C.A. de la distribution est passé de 40% à 80%
Compaq 1^{er} constructeur de Stockage en France (*source : IDC*)
Fusion des gammes : Reconstruction des outils ventes et marketing.

Directeur Marketing « Digital Contact » et canaux indirects – 1992 / 1996

Mise en œuvre au niveau du support aux partenaires (revendeurs, SSII, OEM) de la stratégie de Digital visant à passer d'un mode de vente direct à un mode indirect. Mise en place d'une nouvelle organisation de marketing direct partant de la définition de la cible et du produit à proposer jusqu'à la distribution des leads et du calcul du ROI : réduction du nombre de campagnes, mieux préparées et plus rentables.

- Une équipe composée de 2 « program managers » et deux 2 gestionnaires de bases de données
- Une équipe de 8 téléacteurs et de 5 techniciens hotline.

Deux missions principales :

- Opérations ventes: promotions, phonings, accueils clients et prospects, conseils à l'achat, aide à la configuration, support technique de 1er niveau ;
- Opérations marketing : définitions de cibles, analyses du ROI des campagnes de phoning et de publicités, gestion de la base de données clients/prospects de l'entreprise.

Objectifs (*exemples*)

Améliorer le ROI des campagnes
Satisfaction revendeurs
Base de données clients
Satisfaction clients

Résultats

Nouvelle organisation unique et centralisée telle que décrit plus haut
5 à 10 opérations de leads par mois – 300 leads transmis par mois
Création d'un vrai CRM avant l'heure sur les clients et prospects
Accueil de 1200 appels entrants par mois (ventes et techniques)

Somelec

1989 / 1991

1^{ère} société française de services de maintenance en métrologie (30 M€). Autres divisions : Systèmes électroniques pour les marchés militaires (R&D, production), terminaux et micro-ordinateurs.

Chef des ventes

Equipe de 3 commerciaux et d'un assistant marketing

Objectifs (*exemples*)

Apporter de nouvelles pratiques
Elargir la base de clients
Dépoussiérer le marketing et la comm

Résultats

Unification des petites équipes de ventes et formation commerciale
Au-delà du militaire : Aérospatiale, CEA, France Télécom
Nouveaux logo, plaquette institutionnelle, relations presse, salons

Digital Equipment France

1985 / 1989

Spécialiste marketing « canaux »

Création et rédaction de la lettre aux partenaires, à destination du réseau indirect de Digital

Création et animation d'une formation d'accueil pour les ingénieurs commerciaux des partenaires de Digital

Implémentation en France d'une base de données européenne pour les analyses marchés et produits.

Ingénieur commercial ventes indirectes

Ventes de la nouvelle gamme, les MicroVAX, aux revendeurs et intégrateurs

Recommandations

Digital Equipment

« En tant que Directeur Général de Digital Equipment Entreprises, puis Directeur Général de la Division Systèmes et Partenaires de Digital France j'ai eu le plaisir de partager plus de 5 ans de collaboration étroite avec Henry-Michel alors Directeur Marketing Canaux Indirects. J'ai pu apprécier son excellente connaissance du monde des partenaires informatiques, son professionnalisme, son sens de l'analyse et des synthèses stratégiques pertinentes.

J'ai pu constater à nouveau plus récemment ses mêmes qualités essentielles dans le cadre d'un projet commun de conseil pour la mise en place des méthodes de gestion et de développement des canaux indirectes de Cisco.

Au-delà de ces qualités techniques Henry-Michel a su par ailleurs développer des qualités majeures d'empathie et de fortes relations humaines qui en font un partenaire de travail riche, fiable et loyal.

Toute forme de collaboration professionnelle avec Henry Michel sera une expérience résolument positive et bénéfique. »

Patrick GOUIN

Société Générale Equipment Finance

Directeur Général International - Division Haute Technologie

EuroCloud France

« En tant que délégué général d'EuroCloud France, Henry-Michel est responsable de la mise en place des programmes définis par le conseil d'administration d'EuroCloud France.

Depuis le début de sa mission en 2005, j'ai pu apprécier sa forte motivation à développer notre association en recrutant de nouveaux adhérents, en organisant des séminaires, en créant et en rédigeant de manière très régulière une lettre d'information mensuelle.

J'ai pu également mesurer ses capacités d'organisateur lors des Etats Généraux du SaaS et du Cloud Computing, notre événement phare annuel dont il a assumé la responsabilité opérationnelle. Il a notamment réussi à en assurer le succès financier en convainquant des entreprises leaders sur notre marché de les sponsoriser. Il a pris en charge l'ensemble de l'organisation logistique de ces journées qui ont marqué le marché du SaaS en France. »

Pierre-José BILLOTTE

Président d'EuroCloud et gérant de SOURCIA

Eudoweb

« En 2006, Eudoweb avait décidé de confirmer ces premiers succès commerciaux auprès de collectivités locales, en concevant une stratégie lui permettant de gagner d'importantes parts de marché sur ce secteur convoité.

Henry-Michel Rozenblum nous a aidé à comprendre les attentes de ce marché, à construire une approche commerciale appropriée et un habillage de notre CRM pour les mairies et les communautés d'agglomération. Aujourd'hui en 2008, les collectivités locales sont l'une des verticalisations les plus dynamiques d'Eudoweb.

Par ses capacités d'analyses du marché et d'écoute de nos clients, par son enthousiasme et son sens de l'engagement, Henry-Michel nous a fait gagner du temps, l'un des facteurs clé de succès de l'industrie du logiciel. »

Guillaume BOUILLOT

Directeur Général

Orditec Services

« Nous avons une problématique, classique pour une petite SSII de 30 personnes, qui avait un vrai savoir-faire mais qui avait beaucoup de mal à le faire savoir. Par ailleurs notre offre de services avait besoin d'être restructurée et clarifiée pour être compréhensible par le monde extérieur.

Henry-Michel nous a apporté son expérience du marketing et de l'organisation en nous aidant efficacement à :

- Reformuler d'une manière cohérente et structurée notre offre de services,
- Créer des « packages services » compréhensibles et séduisants,
- Refondre notre site Internet en le modernisant et le rendant plus lisible,
- Mettre au point des supports de vente pour l'équipe commerciale,
- Remanier le plan de commissions pour inciter l'équipe commerciale à vendre les nouveaux produits et ne plus se contenter de gérer les dossiers récurrents,
- Créer une Newsletter mensuelle, envoyée à nos clients pour leur faire connaître nos réalisations et nos nouvelles offres
- Organiser des séminaires de promotion de notre offre d'Infogérance,
- Rédiger et diffuser des communiqués de presse auprès de ses contacts de la presse spécialisée.

J'ai apprécié lors de nos trois années de collaboration les capacités d'écoute, de synthèse et le professionnalisme d'Henry-Michel.

Par ailleurs il dispose d'un très riche carnet d'adresses avec ses activités au sein de VDN et de EuroCloud.

Je le recommande fortement dans les fonctions de marketing, d'animation d'un réseau de vente ou directeur de la communication d'une société de services informatiques. »

Jean-Paul MASSON

CEO

Wallix

« En plusieurs occasions, nous avons fait appel aux services d'ODAR technologies, afin de traduire une volonté marketing en réalité événementielle et concrète. Ainsi, à travers la mise en place d'une stratégie de partenariat et l'organisation d'un séminaire client, nous avons pu apprécier la qualité du travail et du relationnel d'Henry-Michel Rozenblum. Finalement, les événements ont connu un franc succès, avec des invités présents et du foisonnement d'affaires.

A travers le réseau VDN que j'ai rejoint grâce à lui, j'ai également profité de la qualité d'organisateur d'Henry-Michel qui a su animer et dynamiser ce réseau pour l'amener de 10 à 30 membres entreprises actifs. »

Jean-Noel de Galzain

CEO

Me contacter :

Henry-Michel Rozenblum – 101, avenue de la République 75011 Paris – 06 15 04 58 79 – hm@rozenblum.com