

Expérience professionnelle

Depuis 2003

ODAR Technologies

Entreprise individuelle de conseil et d'accompagnement en marketing et en développement commercial.
Mon offre de services :

- Le plan marketing d'entreprise, le marketing produit & services (mix-produits), le management
- La stratégie de distribution et de ventes indirectes
- Le marketing direct
- La communication
- L'organisation de conférences, l'animation de groupes de travail
- La gestion et l'animation d'associations professionnelles

Toutes les informations sont disponibles sur www.rozenblum.com

2007-2008

RISE

Intégrateur de solutions de stockage, la sauvegarde et l'archivage sur disques, 1.5 M€, 7 salariés, spécialisé sur les technologies émergentes (Compellent, Xyotec, Data Domain, Syncsort,...). RISE faisait face à de graves difficultés touchant les ventes, le marketing et plus généralement le management de l'entreprise et des équipes. A l'issue d'une mission de conseil de deux mois, j'ai été embauché comme Directeur Général.

Directeur Général

- Revenir à la croissance du CA
 - Réorganiser les équipes ventes et techniques
 - Signer avec de nouveaux fournisseurs
 - Démarrer une activité de services
 - Créer un marketing efficace
- *Doublement du CA en 12 mois*
- *Embauche de 2 salariés, 2 autres licenciés, j'ai pris la direction technique en plus de mon rôle de DG.*
- *Définition des missions de chacun, mise en place d'un salaire variable pour tous les salariés*
- *Nouveaux fournisseurs : VMWare, Atempo, Nexsan*
- *Lancement d'un 1er service : virtualisation des serveurs et PRA*
- *Nouveau site Internet, mise en place d'une newsletter, articles de presse, organisation de séminaires*

2000 - 2003

LOGIX, groupe OPEN

Grossiste informatique (matériels, logiciels, services), 1^{er} partenaire d'IBM, d'Oracle, Citrix, TrendMicro
172 M€, 173 salariés, Siège social en France, Filiales en Belgique, Espagne et Pologne

Directeur marketing Produits depuis 2001

- Responsable de la stratégie produits de Logix : relations fournisseurs
 - Définition et contrôle de l'exécution des business plans
 - Recherche de nouveaux produits et négociation des contrats
 - Contrôle des dépenses marketing opérationnelles (Internet, Publicité, bases de données, demo-centers)
 - Organisation des événements marquants : expositions, symposiums, campus d'été
 - Zone de responsabilité : France et Belgique
 - Equipe : 9 chefs produits, 3 assistantes chefs de produits
- *Lancement du Club Advantage (200 premiers clients) - Amélioration de la fidélité des clients mesurée par le montant moyen des commandes trimestrielles*
- *Implémentation d'un CRM (Customer Relationship Management) – Qualité renforcée des prévisions de ventes et du ROI des opérations marketing*
- *Signature de contrats avec 5 nouveaux fournisseurs : logiciels internet et solutions de sécurité/réseau*

- Participation à 4 expositions informatiques, en France et en Belgique – Recrutement de clients
- Mise en place d'outils de mesure et de contrôle budgétaires des dépenses de marketing – Meilleure adéquation des dépenses et des priorités stratégiques de l'entreprise.
- Création et animation du WebSphere Club – SSII, intégrateurs, VAR spécialisés sur IBM WebSphere

Directeur de la business unit Storage et de la business unit ISP / ASP / Web agencies

- Responsable d'un C.A. de 25 M€ (15 M€ pour le stockage, 10 M€ pour le eBusiness)
- Marchés visés : ASP, ISP, Web agencies, ISV, Linux et les produits de stockage/sauvegarde de données.
- Définition et exécution des business plans pour la France et la Belgique
- Equipe : 6 commerciaux, 2 marketeurs, 2 avant-vente

Résultats B.U. Storage :

- Développement d'un réseau de revendeurs de solutions de stockage
- Nouveaux outils marketing: docs commerciales, catalogues produits (web, papier), white papers
- 2000 versus 1999: croissance du CA de 150%

Résultats B.U. eBusiness :

- Création d'une offre dédiée aux marchés ASP/ISP/Web agencies
- Co-fondateur de l'association française ASP-Forum
- C.A. : de 0 € à 10 M€ en 12 mois

1992 - 99

Digital Equipement France, groupe Compaq

Directeur de la business unit StorageWorks de 1996 à 1999.

- Dernier objectif de C.A. : 170 M€
- Territoire : France – Responsabilités : ventes et marketing
- Produits : toute la gamme de stockage et de sauvegarde de données (matériels et logiciels)
- Equipe : 4 commerciaux, 2 chefs de produits, 2 consultants
- Recrutement d'une équipe complète après 2 plans sociaux (Digital 1996 – Rachat par Compaq 1998)
- C.A. atteints versus objectifs : 100% chaque année, croissance annuelle moyenne de 15%
- Consolidation d'un réseau de distribution (grossistes/revendeurs) généralistes et spécialisés – En 4 ans, le poids. de la distribution est passée de 30% à 80% du C.A. du constructeur en France
- Part de marché : fin 1998, Compaq est devenu le 1^{er} constructeur de stockage en France (source : IDC)
- Reconstruction des outils ventes/marketing complets après la fusion

Directeur Marketing “ Digital Contact ” et canaux indirects de 1992 à 1996

- Accompagnement des partenaires dans le changement de stratégie de Digital du « direct » vers « l'indirect »
- Opérations ventes: promotions, phonings, accueils clients et prospects, conseils à l'achat, aide à la configuration, support technique de 1^{er} 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
- Equipe : 8 télé-acteurs, 5 techniciens hot-line, 3 gestionnaires de bases de données, 1 program manager
- 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.
- Chaque mois : 5 à 1à opérations de génération de leads, 300 leads qualifiés transmis aux revendeurs
- Création et gestion du 1^{er} Data Warehouse de Digital – Meilleure connaissance de nos clients
- Accueil des appels entrants ventes et support technique (1200 / mois) – Satisfaction des clients mesurée chaque année et en hausse régulière

Expérience professionnelle

Suite

1989-91

SOMELEC

1^{ère} société française de services de maintenance en métrologie, 300 personnes, 30 M€
Autres divisions : Systèmes électroniques pour les marchés militaires (R&D, production)
Micro-ordinateurs protégés pour environnements difficiles

Directeur des ventes et du marketing

Equipe : 8 vendeurs, 1 marketeur

- *Définition et mise en place de la stratégie commerciale de Somelec*
- *Recrutement et formation de 5 commerciaux, mise en place d'un nouveau type de reporting ventes*
- *Création de tous les outils de communication : logos, plaquette institutionnelle, relations presse, communication avec les clients, salons*
- *C.A. réalisés : 26 M€ en 1989, 29 M€ en 1990, 30 M€ en 1991*
- *Principaux succès : Aérospatiale, CEA, France Télécom*

1985-88

Digital Equipement France

Spécialiste marketing de 1987 à 1988

- *Création de la « lettre aux partenaires » et mise en place d'un nouveau contrat de distribution*
- *Création du catalogue des solutions applicatives des partenaires de Digital*
- *Création d'un nouveau cours d'accueil pour les commerciaux des distributeurs de Digital*
- *Implémentation d'une base de données européenne pour les analyses marchés et produits*

Commercial ventes indirectes de 1985 à 1986

- *C.A. réalisé versus objectifs : 100% en 85, 110% en 86*
- *2 nouveaux partenaires recrutés*

Formation / Etat civil

Ingénieur électronicien ESME (SUDRIA)

Langues étrangères parlées : Anglais
 Allemand
 Hébreu

Marié - 3 enfants – 50 ans

Coordonnées :

42, boulevard Gambetta
Tél : 01.48.73.00.26
Portable : 06.15.04.58.79

Email : hm@rozenblum.com

Page web: www.rozenblum.com



www.linkedin.com/in/hmrozenblum

Recommandations

ASP Forum

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

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 de l'ASP, notre événement phare annuel dont il a assumé la responsabilité opérationnelle. Il a notamment réussi à en assurer le succès financier en convaincant 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 de l'ASP Forum
Gérant de SOURCIA

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 Systems France.

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
Directeur Général International
Division Haute Technologie
Société Générale Equipment Finance

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

Recommandations

Linux Conseil et 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

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 l'ASP Group.

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

Missions accomplies dans le cadre d'ODAR Technologies

QUALSTAR

Directeur marketing et chef produit

Avril à Décembre 2003

- Contexte** QUALSTAR est un constructeur informatique américain de bibliothèques de sauvegarde. Créée deux ans plus tôt, la filiale française connaissait des difficultés à développer son réseau de revendeurs. Le poste de directeur marketing n'existait pas au sein de la structure française composée de 5 personnes.
- Objectifs** *Améliorer ou créer les outils de communication vers le marché et les partenaires*
Améliorer les outils de ventes pour les partenaires
Recruter des revendeurs et nouer des relations avec les éditeurs de logiciels de sauvegarde
- Réalisation** *Constitution d'une base de données permettant le recrutement de revendeurs*
Organisation d'un tour de France et d'un concours de vente
Création d'une lettre mensuelle aux partenaires
Rédaction et publication de communiqués de presse
Présentations Powerpoint sur l'entreprise et de ses produits
Liste de prix papier et sous Excel
Site Internet en Français
Fiche pour chaque produit de la gamme

VDN

Secrétaire Général

De Janvier 2004 à Mars 2010

- Contexte** VDN est un G.I.E. regroupant une trentaine de sociétés de services et d'éditeurs de logiciels, présentes sur toute la France. Il rassemble plus de 500 salariés pour un C.A. cumulé de 72 M€. En 2004, VDN a décidé de me nommer secrétaire général du GIE pour accélérer son développement.
- Objectifs** *Recruter de nouveaux membres afin d'apporter de nouvelles valeurs ajoutées au GIE*
Négocier et gérer les contrats cadre avec les principaux fournisseurs
Développer les interactions fortes entre les membres
Création d'une politique de communication vers le marché
Animations de commissions
- Réalisation** *10 membres en 2004 - 29 membres en 2008*
Développement important de la sous-traitance entre membres
Augmentation substantielle des marges arrières récupérées par les membres.
Une dizaine d'articles dans la presse informatique depuis mon arrivée - aucun avant
Création d'un site Internet - Publication d'un catalogue des solutions VDN
Création de VDN Financement adossé à BNP Paribas Lease Group
Création de VDN Assurances pour la couverture complète et très large de tous les membres

ORDITEC SERVICES

Directeur Marketing

Janvier 2004 à Mai 2006

- Contexte** Orditec Services était une société de services, un intégrateur et un infogérant (4 M€, 20 personnes) vendu en 2006 à D.FI. Son PDG m'a confié l'ensemble de ses opérations marketing pour Orditec Services et ses deux filiales : Orditec Consulting et Ordi Solutions.
- Objectifs** *Fournir des outils de vente communs à l'équipe commerciale*
Trouver de nouveaux clients
Développer la vente des solutions d'infogérance
Lancement marketing des deux nouvelles filiales
- Réalisation** *Production des présentations PowerPoint sur l'entreprise et sur ses offres de services*
Refonte totale du site Internet, contenu et présentation
Conception d'une plaquette 4 pages pour la nouvelle offre d'infogérance
Lancement d'une news lettre trimestrielle pour communiquer avec les clients, prospects et les fournisseurs
Organisation de séminaires prospects (ex: l'atelier BNP Paribas en 2005)
Articles de presse sur les nouvelles filiales
Accompagnement dans le projet de rachat de la société Amacom

Missions accomplies dans le cadre d'ODAR Technologies

Suite

ASP FORUM

Délégué Général

Depuis Avril 2005

- Contexte** Association créée en 2000 et défendant les intérêts des professionnels des logiciels et des services en ligne : ASP (Applications Services Providers), SaaS (Software As A Service), Cloud Computing.
- Objectifs**
Créer et organiser les Etats Généraux de l'ASP
Recruter de nouveaux adhérents
Trouver les sponsors nécessaires au financement des activités de l'association
Animer les différents groupes de travail
Créer et organiser les Etats Généraux de l'ASP
Assurer (sans agence de presse) une présence de l'association dans les média spécialisés
- Réalisation**
Depuis 2006, l'association dispose d'un modeste mais véritable budget
Le nombre des adhérents est en croissance régulière (+100% entre 2005 et 2009)
Les Etats Généraux, en partenariat avec la CCIP, ont eu lieu en 2006, 2007, 2008, 2009 et 2010 : plusieurs centaines de professionnels réunis toute une journée pour débattre de l'avenir du « 2.0 »
Articles de presse et interviews régulièrement dans la presse internet et papier.

LINUX CONSEIL

Mission autour de la gamme produits & services

3^{ème} trimestre 2005

- Contexte** Linux conseil est un intégrateur de solutions et de technologies Open Source en environnement Linux. Il décide de packager son offre de sécurité (logiciels et appliances) sous la marque WALLIX.
- Objectifs**
Définir la gamme
Créer les outils de vente
Planifier les premières opérations de génération de leads
- Réalisation**
Rassemblement de plusieurs dizaines de fonctionnalités en 4 produits
Rédaction des fiches produits et du site Internet de Wallix
Définition de la politique tarifaire pour le réseau de revendeurs en gestation
Lancement d'une série de séminaires en direction des grands comptes et PME
Préparation du salon Linux 2006

CISCO

Développement des canaux indirects

Année 2005

- Contexte** En 2005, CISCO veut accroître sa présence sur les PME. Cela passe par le renforcement et une meilleure reconnaissance interne du réseau de revendeurs spécialisés sur ce marché. Cette évolution implique une réorganisation interne au profit des commerciaux positionnés sur ces marchés. Le programme Channel Force vise à permettre la mise en place de cette nouvelle orientation. Mission sous la direction de Patrick Gouin, Managing Director de Max & Tite International.
- Objectifs**
Concevoir le programme d'accompagnement (baptisé Channel Force)
Impliquer l'ensemble du management français
Accompagner la Direction Générale dans la mise en place de ce programme
Concevoir et suivre les outils de mesure de l'exécution du programme sur plusieurs mois
- Réalisation**
Définition et animation des 6 chantiers qui composent le programme Channel Force:
- *Enquête auprès des partenaires*
 - *Communication interne sur le rôle des partenaires*
 - *Stratégie de couverture des clients finaux par les partenaires*
 - *Conception de modèles de business plans et de suivi des engagements réciproques*
 - *Redéfinition du rôle de l'I.C. et des fonctions de support en charge des partenaires*
 - *Alignement des fonctions de support (marketing, ventes, services, administration des ventes) pour une meilleure collaboration avec les partenaires*

STOREX

Directeur du Marketing et du développement produits

Année 2009

- Contexte** STOREX est le 1^{er} constructeur français de disques durs multimédia grand public. Organisation trop « familiale » et « artisanale » qui comprend le besoin de passer à un mode plus industriel pour se maintenir dans la course.
- Objectifs** *Remplacer le directeur marketing sur le départ*
Redéfinir la nouvelle gamme de produits pour faire face à une concurrence étrangère féroce
Maintenir la position de leader de l'entreprise en France
Réorganiser l'équipe marketing et communication
Manager l'équipe de 6 ingénieurs chinois à Chenzhen.
- Réalisation** *Nouveau catalogue produits, lancé après 8 mois lors du salon MedPi*
Nouveau site Internet et lancement d'un site de e-Commerce
Organisation de soirées avec les grands clients (Fnac, Carrefour, Boulanger, CDiscount,...)
Accroissement sensible de la couverture par la presse spécialisée
Réorganisation du travail de l'équipe chinoise et signatures de contrats avec de nouveaux soustraitants chinois

ADEN

Chargé de mission

Depuis mars 2010

- Contexte** Association loi de 1901, proche de la CGPME et des CCI, qui s'est donnée comme mission de promouvoir l'usage des NTIC auprès des TPE et des PME, comme facteur de croissance et d'innovation. Ses adhérents sont pour moitié des entreprises privées (NTIC essentiellement) et des organismes professionnels et consulaires.
- Objectifs** *Animer les commissions nouvellement créées :*
- *Dématérialisation*
 - *Green IT*
 - *Clouds communautaires locaux*
 - *Innovation*
 - *SaaS*
 - *Ventes et marketing*
- Organiser les conférences (10) pour chacun des 4 forums de la croissance organisés de Mai à Juillet 2010. 300 entrepreneurs participants à chaque forum.*

DATASAVE

Directeur marketing

Année 2006 et 1^{er} semestre 2007

- Contexte** DATASAVE est un intégrateur de solutions de stockage et de sauvegarde. Ses clients sont de entreprises de taille moyenne et des grands comptes. Son C.A. stagne et ses marges diminuent. Il veut redynamiser ses ventes et ajouter des solutions à son offre. J'ai accompagné David Benizri jusqu'au rachat par Systemic.
- Objectifs** *Nouveaux outils de ventes des commerciaux
Concevoir un nouveau site Internet
Organiser des opérations de leads génération et des événements clients
Relancer le partenariat avec des fournisseurs et trouver de nouvelles solutions*
- Réalisation** *Nouveau site opérationnel en un mois
Signature d'un contrat annuel avec une société de phoning
Organisation de deux séminaires clients au Fouquet's
Programme d'actions avec Computer Associates
Contrat de revente avec Data Domain
Rédaction des fiches « succes stories »
Rédaction d'un white paper sur le PRA en situation de grippe aviaire, pour les collectivités locales*

STOREX

Directeur du marketing et de la production

1^{er} semestre 2009

- Contexte** STOREX (marque de la société PACTINFO) est le n°1 en France des disques durs multimédia. Mission de management de transition suite au départ du titulaire du poste, n°2 de l'entreprise.
- Objectifs** *Reprendre en main une équipe de 30 personnes (chefs produits, ingénieurs de développement, communication, commerce électronique, usine à Chenzhen en Chine)
Assurer la fin du développement des nouveaux produits à annoncer au salon MedPi de Monaco (juin)
Monter un partenariat avec un fondateur de processeurs spécialisés dans la vidéo
Assister le PDG dans la conduite et la gestion de l'entreprise*
- Réalisation** *Mise en place d'un nouveau mode de management par objectif des équipes
Remobilisation de l'équipe chinoise (nouveaux bureaux, salaires plus motivants, meilleure intégration avec l'équipe française via un outil de téléconférence)
Lancement des 5 nouveaux produits en temps et en heure, excellente couverture médiatique
Signature avec le fondateur n°1 français
Lancement d'une nouvelle version du site Internet, du site de commerce en ligne et d'un Wiki dédié au support en ligne des clients
Organisation d'un grand Show avec la participation de tous les acteurs de la grande distribution (Carrefour, Fnac, Auchan, Surcouf,...)*