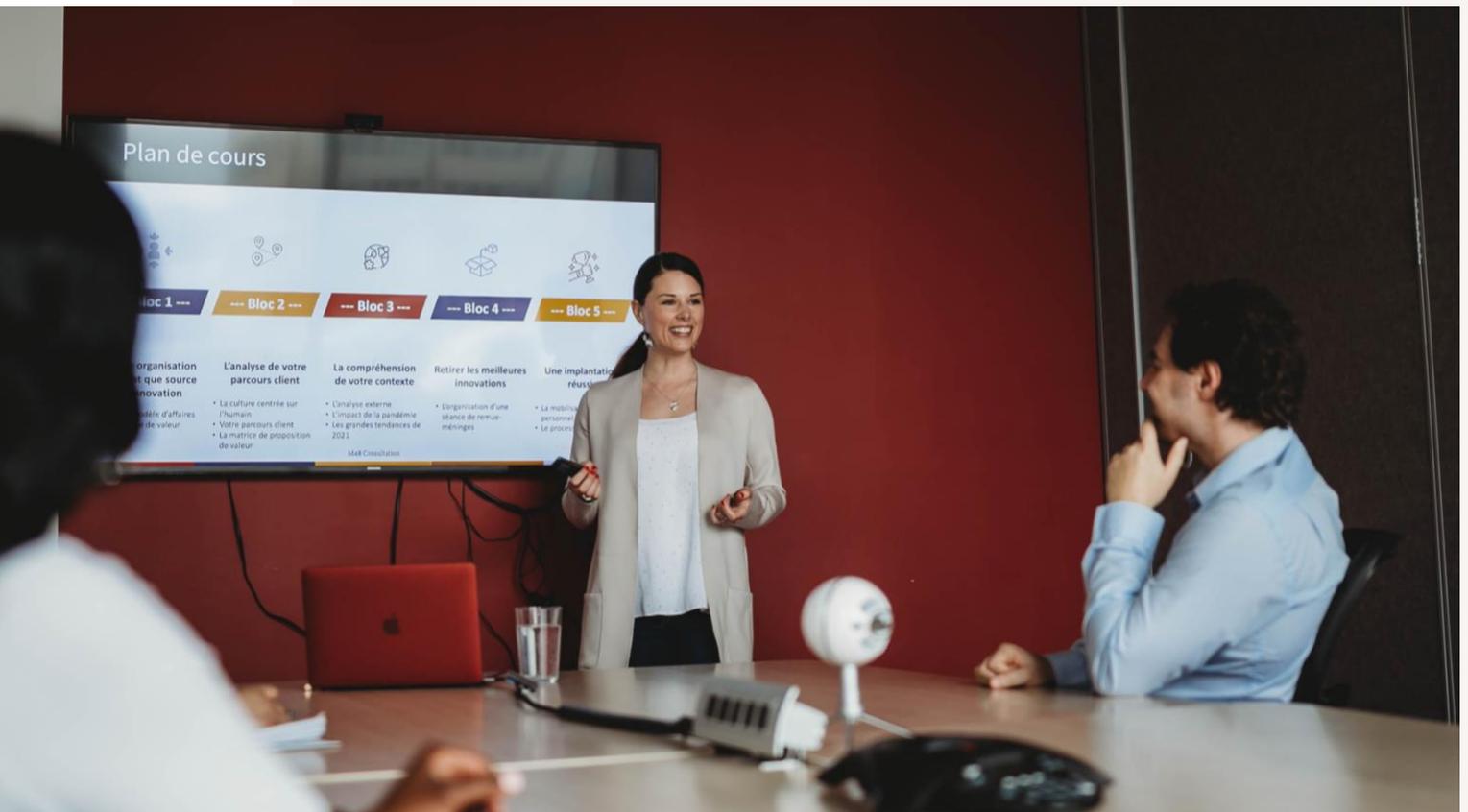


MARIE-ELYSE FORGET, M.Sc.

AUTOMNE 2021
PORTFOLIO



PRÉPARÉ ET PRÉSENTÉ PAR
MARIE-ELYSE FORGET, M.SC.
FONDATRICE, FORMATRICE AGRÉÉE,
CHARGÉE DE COURS ET STRATÈGE

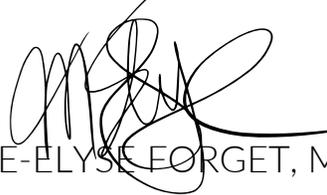


Je suis Marie-Elyse Forget, stratège marketing et chargée de cours à HEC Montréal.

Ma mission est non seulement de répondre aux questions qui n'ont pas encore de réponse, mais aussi faire sortir de nouvelles questions dont nous n'avons jamais encore pensé. J'adore la *recherche marketing*, la *synthèse* par la *conceptualisation* et le *diagnostic marketing*. Mon expertise est en *stratégie marketing*, *expérience client (CX)* et *développement des affaires*.

J'ai *plus de 10 ans d'expérience en marketing* dont 8 en grande entreprise (l'Oréal Canada et Intact Assurance), une en PME et près de 2 en consultation à mon compte et enseignement. J'ai beaucoup de connaissances sur l'industrie de l'assurance et des cosmétiques, mais j'aime aussi beaucoup les entreprises avec des *produits complexes, des marchés nichés et/ou en B2B*.

Au plaisir de discuter avec vous,



MARIE-ELYSE FORGET, M.SC.



AUTHENTICITÉ



PERTINENCE



RÉSULTATS
DURABLES

SOMMAIRE

EXPERTISE 4

POURQUOI MOI ? 5

CLIENTS ET ENTREPRISES,
ACTUELS ET PASSÉS... 6

TÉMOIGNAGES 7

ÉTUDE DE CAS 8

FORMATIONS - EXEMPLES
14

CLIENTÈLE TYPE 16

À PROPOS – MARIE-ELYSE
FORGET, M.SC. 17

CV 18

EXPERTISE

1

STRATÉGIE MARKETING

- Recherche (groupes de discussion, entrevues, analyse du contexte, etc.)
- Plan de stratégie marketing
- Création et utilisation de persona
- Bien choisir et s'adapter à son segment cible
- La création et l'utilisation de persona
- Trouver LE message clé
- Définir un positionnement qui a de l'impact
- L'équilibre entre faits et intuition en marketing

2

EXPÉRIENCE CLIENT (CX)

- Animation de séances d'idéation
- Identification de « insights »
- L'innovation en expérience client
- La recherche en expérience client
- « Customer journey mapping »
- Gérer les attentes et gérer les échecs de service
- L'implantation d'un plan de l'expérience client

3

DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

- Briser les fausses perceptions et développer le bon état d'esprit (« mindset ») en DDA.
- Création d'une méthode de préparation à la rencontre DDA. Efficacité en temps et maximisation de l'impact.
- Varier les types d'interaction dans la prospection. Pourquoi c'est efficace ?
- Formation aux équipes de vente

POURQUOI MOI ?



FORRESTER®

**MASTER CX
CERTIFICATION**

DATE D'OBTENTION PRÉVUE :
NOVEMBRE 2021

10

**PLUS DE 10 ANS
D'EXPÉRIENCE EN
MARKETING**

M.Sc.

**MAÎTRISE EN
MARKETING
(M.Sc.)**



HEC
MONTRÉAL

**CHARGÉE DE
COURS**

INTRODUCTION AU
MARKETING, BAA
COURS PROJET RELÈVE
MARKETING, BAA



**BONNE HUMEUR,
« TEAM PLAYER » ET
BONNE ÉTHIQUE DE
TRAVAIL**



Emploi
Québec

**FORMATEUR AGRÉÉ
PAR LA COMMISSION
DES PARTENAIRES
DU MARCHÉ DU
TRAVAIL (LOI DU 1%)**
NO D'AGRÉMENT 0060160

CLIENTS ET ENTREPRISES, ACTUELS ET PASSÉS..



TÉMOIGNAGES

Bernard Goyette
Vice President,
Priority Accounts
Intelcan Technosystems

“Marie-Elyse makes you discover an up-to-date trend in marketing strategy and is a great source of inspiration. She is very enthusiastic and has in store many astute ways and ideas to highlight your potential.

It was definitely a great experience working with her and her team of specialists.

Without a doubt, your next stop if you wish to refurbish your marketing tools.”

Cassandra Potvin
Agente de migration
Place aux jeunes en région

“J'ai suivi une formation avec Marie-Élyse, elle est excellente pour adapter son contenu à une réalité qui n'est pas purement marketing. Enthousiaste, créative, chaleureuse et passionnée décrivent très bien cette professionnelle. Merci!!”

Étudiant Anonyme
HEC Montréal

« Meilleure enseignante que j'ai eu à l'université, si c'est pas de tout mon parcours aux études post secondaire ! Toujours hâte d'aller au cours de marketing ! »

Julie C.
Participante à la formation sur la
création de contenu au Réseau
mères en affaires

« J'ai participé à une formation sur la création de contenu grâce au vision board avec Marie-Elyse afin de m'aider à la création de contenu pour mon projet sur la conciliation famille travail et j'ai adoré son dynamisme et la pertinence de ses propos. Merci à toi ! »

ÉTUDE DE CAS

STRATÉGIE MARKETING

MANDAT

Clinique de soins para médical.
Le client est une nouvelle clinique en soins médicaux (ostéopathie, massothérapie, acuponcture)
Ils mettent énormément d'efforts et d'investissements sur le marketing de leur clinique. Par contre, ils n'arrivent pas à développer une clientèle fidèle.

DÉFIS

Des "coups d'épée dans l'eau"

Les initiatives marketing actuelles du client

1. N'apportent aucun résultat
2. Apportent des résultats à court terme, mais les nouveaux clients ne restent pas. Ils sont incapables de fidéliser leur clientèle.

COMMENT ?

L'équipe Octaza Marketing a procédé à une séance de remue-méninges concernant la segmentation du marché et la sélection d'un public cible ainsi que la conceptualisation d'un parcours client ("customer journey"). Avec le parcours client, nous analysons chaque étape du processus décisionnel d'un client type, de la réalisation d'un besoin jusqu'à la fin du service reçu.

L'analyse du parcours client nous a permis de déterminer que lorsqu'un client a besoin de ce type de service, il commence d'abord par faire une recherche Google et se fie principalement à Google Maps.

Nous avons conclu (entre autres) qu'il serait pertinent d'investir dans l'optimisation des moteurs de recherche plutôt que d'investir dans des initiatives marketing agressives telles que "Groupon" ou de la publicité dans des magazines locaux.

RÉSULTAT

Taper sur les bons clous grâce à une "boussole de la pertinence"

Nous avons livré au client une "boussole de la pertinence" afin que le client puisse rester aligner à chaque fois qu'il prendra une décision.

La boussole de pertinence comprend les éléments clés concernant le marché, le contexte, le public cible (et son parcours), l'entreprise (ses forces et ses faiblesses), son positionnement et son "branding".

CE QUE LE CLIENT A PENSÉ

Sur le droit chemin

"En tant que chef d'entreprise, je dois penser à tellement de choses en même temps... Ce n'est pas parce que je ne voulais pas m'occuper du marketing, j'y mettais tellement d'efforts.

Marie-Elyse et son équipe nous ont permis de nous assurer que les tactiques choisies dorénavant seront pertinentes et nous permettront de rester aligner sur ce qui est réellement important."



ÉTUDE DE CAS

PLAN DE COMMUNICATION

MANDAT

Une entreprise en création de logiciels

Le client a des partenaires à travers le monde, qu'il visite fréquemment en temps normal. À cause de la pandémie, il doit couper les visites.

Il aimerait produire un vidéo afin de rester proche de ses clients.

DÉFIS

Le client a plusieurs idées en tête en termes de messages à passer, mais il ne sait pas lequel prioriser afin d'avoir l'impact maximal.

Autre défi, ses clients sont des gouvernements un peu partout dans le monde et sont actuellement extrêmement touchés par la pandémie.

COMMENT ?

Nous avons procédé à une analyse de l'entreprise et de son industrie. Puisqu'il s'agit d'une entreprise en B2B, nous n'avons pas procédé à des entrevues auprès de sa clientèle. Nous avons plutôt discuté avec la force de vente afin d'en savoir le plus possible sur leurs clients.

La recherche nous a permis de déterminer un « insight » gagnant et les messages clés à communiquer.

Nous avons travaillé avec notre partenaire en rédaction ("copywriting") afin d'écrire un script final.

Nous avons aussi impliqué une experte de prise de parole en public, Annie Bienvenue, afin de mettre l'emphase sur les bons messages lors de la présentation du président de l'entreprise devant la caméra.

RÉSULTAT

Nous avons livré au client un script et nous les avons accompagnés dans le tournage de leur vidéo. Le langage du script a été adapté à chaque client, afin de prendre en compte les défis particuliers de chacun ainsi que le langage de caractère international de chacun.

CE QUE LE CLIENT A PENSÉ

Un investissement rentable à plusieurs niveaux !

"Nous sommes très impressionnés par la qualité du script qui nous a été livré. Nous réutilisons d'ailleurs plusieurs phrases de ce texte dans nos communications par courriel et notre matériel marketing."



ÉTUDE DE CAS EXPÉRIENCE CLIENT

MANDAT

Un bureau de services professionnels

Le client nous contacte parce qu'il aimerait devenir une référence en expérience client dans son domaine. Il est à la recherche d'idées innovantes afin d'offrir un service à la clientèle qui permettra une augmentation importante de son taux de satisfaction.

DÉFIS

Le client est impressionné par plusieurs idées innovantes d'autres industries, mais ne sait pas comment "avoir une bonne idée" pour sa propre entreprise.

Il a l'impression que les méthodes qui ont du succès sont des méthodes coûteuses qui font appel à des technologies poussées.

COMMENT ?

L'équipe Octaza Marketing a procédé à la conceptualisation et l'analyse du parcours client, ce qui a permis de voir les bénéfices recherchés ainsi que les difficultés vécues par les clients, tout au long de leur parcours, et ce, à chaque étape précise.

L'identification des bénéfices et des difficultés permet de voir comment mettre des actions en place qui va réellement créer de la valeur pour le client. Cela a permis d'identifier des « insights » consommateur puissants.

L'équipe Octaza Marketing a aussi étudié le contexte de l'entreprise et de son industrie, ainsi qu'une compréhension approfondie de sa réalité à l'interne afin de préparer un plan d'implantation réaliste et facile à suivre.

RÉSULTAT

Mettre le doigt sur l'élément clé n'est pas suffisant pour assurer le succès de l'expérience client. Le succès passe aussi par la mobilisation du personnel.

La mobilisation du personnel et le suivi de l'initiative font partie intégrante du service. Nous vous remettons :

- Un guide de l'expérience client
- Une affiche de votre parcours client
- Une formation sur mesure sur VOTRE plan de l'expérience client
- Des outils d'autoévaluation pour votre personnel
- Une planification d'activités de suivi à faire lors de vos rencontres d'équipe
- Un plan de mobilisation des employés

CE QUE LE CLIENT A PENSÉ

Un plan qui va loin

"Marie-Elyse et son équipe a non seulement trouvé les éléments clés du succès de notre service à la clientèle, mais nous a laissé avec une panoplie d'outils.

Elle nous a même donné une activité de 15 minutes à faire au début de chaque 'staff meeting' !

Suite à son passage, chaque personne savait quoi faire demain matin pour participer à l'augmentation de la satisfaction de notre clientèle."



FORMATIONS - EXEMPLES



LA PERTINENCE EN MARKETING – POUR EN FINIR AVEC LES TACTIQUES MARKETING QUI NE FONCTIONNENT PAS

Pour entrepreneurs (solo ou en PME)

Redécouvrez les grands piliers du marketing grâce à la création d'un « vision board », qui vous servira ensuite de boussole afin de vous permettre de prendre des décisions marketing qui auront de l'impact.

L'INNOVATION AFIN DE DEVENIR UNE RÉFÉRENCE EN EXPÉRIENCE CLIENT

Pour les entreprises de services.

D'où viennent toutes ces bonnes idées d'innovation en expérience client ? Comment ont-ils pu les trouver ? Grâce à cette formation, trouvez l'opportunité clé afin de devenir une référence en expérience client dans votre industrie.

DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES : FAIRE TOMBER LES LIMITES ET TROUVER SA RECETTE GAGNANTE

Pour les équipes en développement des affaires.

Formation sur le cycle de vente en entier afin de stimuler motivation, relâchement des limitations et augmentation de la performance des équipes de vente.

LA CRÉATION ET L'UTILISATION DE PERSONA

Pour les équipes marketing, communications et RH (recrutement).

Le persona peut répondre à vos questions, mais aussi vous induire en erreur ! Assurez-vous que vos équipes sachent comment tirer de bons « insights » en toute sécurité.

AUTRES FORMATIONS

- 1 - Sur mesure, parlez-nous de vos besoins !
- 2 - Définir sa stratégie de contenu à l'aide de la création de votre « VISION BOARD »
- 3 - Développer sa marque en tant que professionnel de soins personnels
- 4 - La prospection
- 5 - Atelier de préparation à la rencontre client
- 6 - Adopter l'état d'esprit du vendeur (« sales mindset »)

FORMATION LUDIQUE ET DE « TEAMBUILDING »

Formation ludique et non conventionnelle visant à améliorer votre **confiance**, votre **motivation** et vos **capacités en développement des affaires**. Les participants ont la chance de faire des apprentissages traditionnels et de participer à des mises en situation tout en mouvement et en musique avec le réputé mestre Peninha Melo, maître d'arts martiaux brésiliens, entrepreneur et fondateur de l'école Équipe Capoeira Brasileira à Montréal à travers un art martial que l'on appelle la capoeira.

La capoeira est un art martial brésilien et fait partie de la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité (UNESCO, 2014). Comme cet art a été conçu pour communiquer et créer des liens humains, nous avons beaucoup à apprendre sur cette pratique lorsqu'on parle de développement des affaires et de relations d'affaires.

À l'agenda :

- État d'esprit (votre « mindset ») de développement des affaires
- Votre présentation (« elevator pitch »)
- Inspiration pour votre prospection efficace
- Outil de préparation à une rencontre de vente qui vous assurera crédibilité et confiance en soi



Culturellement
enrichissant



Accessible à
tous



Conçu pour mieux
communiquer

CLIENTÈLE TYPE

J'aime travailler avec des entreprises qui ne peuvent pas s'identifier au marketing traditionnel ou qui disent « ne pas pouvoir faire de marketing », afin de les surprendre avec une solution adaptée à leur contexte, mais surtout, qui leur permettra d'engager son public cible et atteindre leurs objectifs. Voici quelques exemples :

PRODUITS COMPLEXES

Certaines entreprises ont des produits très complexes qui nécessitent une compréhension approfondie. Par exemple, j'ai travaillé avec une entreprise qui fabrique des systèmes de navigation pour les aéroports. Plusieurs particularités doivent être prises en considération, telles que l'impact sur la sécurité et le cycle de vente très long (10 ans) de ses produits.

PRODUITS AVEC ATTRAIT DIFFICILE

Un courtier d'assurance qui veut entrer sur les réseaux sociaux... Comment faire pour rendre son produit intéressant pour sa cible ? C'est exactement le genre de défi que j'aime relever. Certaines compagnies ont un produit qui est peu attrayant pour son public cible et qui est difficile à rendre intéressant. C'est là qu'il est nécessaire de puiser dans la créativité.

MARCHÉS NICHÉS

B2B, B2G, ou marchés très nichés, je vais trouver le moyen d'atteindre les bonnes personnes avec les bonnes actions. Dans ces cas, la réussite d'une initiative marketing ne dépend pas que du nombre de personnes atteintes, mais surtout le fait d'atteindre les bonnes personnes.

À PROPOS – MARIE-ELYSE FORGET, M.SC.

Fondatrice, stratège, formatrice agréée et chargée de cours

Entrepreneure dans l'âme, elle est aussi chargée de cours à HEC Montréal, mère de famille, passionnée des arts martiaux et de la danse brésilienne ainsi que de la richesse qu'amène la diversité culturelle. Elle croit fortement que l'élimination des limites et des fausses perceptions en général mène toujours à quelque chose de largement mieux !

Marie-Elyse possède un parcours académique solide (détentrice d'un baccalauréat en administration des affaires et d'une maîtrise en marketing) et plus de 9 ans d'expérience sur le marché du travail au sein d'entreprises de renom telles que l'Oréal Canada, HEC Montréal et Intact Assurance.





MARIE-ELYSE FORGET, M.Sc.

Professionnelle du marketing et chargée de cours

LANGUES

Excellentes habilités parlées et écrites en anglais et en français.

RECHERCHE

Mémoire de maîtrise : Distinguer deux différents types de propriétaires de chien à l'aide d'une échelle de mesure qui rendra possible l'application à de futures recherches, notamment en ce qui a trait au marketing social (diminuer le nombre d'animaux abandonnés) et la consommation de biens et de services.

BÉNÉVOLAT

Experte – Femmessor (2020 à présent)
J'ai le plaisir de contribuer au succès des entrepreneures du Québec. Ce projet permet aux entrepreneures financées par l'entremise de Femmessor de bénéficier gracieusement de services en consultation privée.

Marraine d'allaitement - Nourrisource (2017): Soutien téléphonique de deux nouvelles mamans afin de les aider à surmonter leurs difficultés liées à l'allaitement maternel.

COORDONNÉS



806 Chevillon,
Laval, Qc, H7N 6J2

514.966.283



marie-elyse
@octaza.ca



in/marieelyseforget

FORMATION ET CERTIFICATION

2010-12

Maîtrise ès sciences (Marketing)

M.Sc. – Marketing HEC Montréal

Mémoire : Marketing des animaux de compagnie (voir ici-bas). Récipiendaire de la bourse « citoyen du monde », participation au campus international Maroc.

2007-10

Baccalauréat en administration des affaires

BAA – Marketing, HEC

Compétitions académiques: Première position aux Jeux du commerce cas marketing, première position au défi vente Xérox, troisième position au défi Marketing. Bourses: Récipiendaire de la bourse « leadership » et de la bourse d'excellence Xerox.



Professionnelle du CX certifiée - Forrester

Formation certifiante – En cours, date d'obtention prévue novembre 2021



Leaders of Learning - HarvardX

Cours – Certificat obtenu le 16 mai 2020



Agrément de formateur – Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre

Commission des partenaires du marché du travail - 2021



Foundations for Excellence in Teaching Online - ASUx

Cours – Certificat obtenu le 25 mai 2020

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

OCTAZA MARKETING



Fondatrice, stratège et formatrice agréée | Mar. 2020 – Présent

Plus de 25 projets avec plus de 20 clients. www.octaza.ca

HEC MONTRÉAL



Chargée de cours | Août 2020 – Présent

Excellents résultats aux évaluations de l'enseignement, première position à la relève marketing de l'A2C. INDV25007 Cours Projet – Relève Marketing (BAA, H2021) and MARK10100 Introduction au marketing (BAA, A2020, H2021, A2021)



Auxiliaire d'enseignement et de recherche | Sept. 2011 – May 2012

UNIVERSITÉ MCGILL



Chargée de cours | Juin 2021 – Sept. 2021

MARK657 Customer Insights (Consumer Behaviour), MBA. Préparation de cours seulement (le cours a été annulé)

INTACT ASSURANCE



Chef de produits – assurance des entreprises | Juin 2017 – Mar. 2020

Mise en place et coordination d'un concours pour les courtiers en assurance des entreprises, coordination de la refonte des documents de transfert en assurance commerciale considérant l'implication de différents départements, organisation de groupes de discussions afin d'établir les éléments clés lors de lancements de nouveaux produits, etc.



Conseillère au développement des affaires | Août 2013 – Juin 2017

Gestion de la croissance, rentabilité et des relations d'un territoire d'environ 70 distributeurs. Formations aux distributeurs afin d'atteindre la culture de vente optimale et savoir optimiser la vente des produits d'Intact Assurance.

L'ORÉAL CANADA



Chargée de projets | Juil. 2012 – Août 2013

Gérer et administrer divers projets incluant: Club de fidélité, réseaux sociaux (présence à la World Master Card Fashion Week à Toronto, augmentation de la base de fans Facebook de 5000 à 23 000 en 6 mois), conception de l'affichage magazine, site web (redken.ca), création des outils de vente mensuels (feuillet des ventes et newsletter électronique).

CONCEPT ART DE VIVRE AVEDA



Coordonnatrice du salon académie | Oct. 2009 – Août 2011

Conception et exécution d'une formation en marketing pour coiffeurs (recrutement de nouvelle clientèle, rétention et vente de produits)

CONTACTEZ-MOI



438 388.0155



marie-elyse@octaza.ca



www.octaza.ca



linkedin.com/in/marieelyseforget



facebook.com/octazamarketing

1200 boul. Saint-Martin O. Laval, Québec, H7S 2E4

IMAGES

(testimonial) Photo by Jacqueline Munguía on Unsplash
(icons) Icons made by Freepik from www.flaticon.com
(Photos entreprise) Olivia Rosnarho Photography
(Charte graphique et logo) Manon Hébert
(Arrière-plan couvertures) Photo par SOCIAL.CUT
(Horloge) Photo by Samantha Gades on Unsplash