

«Nous visons une croissance organique et de qualité»

04.03.2015 05:55

Interview par Florence Thibaut

Après une longue expérience dans l'hôtellerie puis dans le domaine viticole, Georges Schaaf décide de rejoindre les équipes de SkyCom, un acteur spécialisé dans les systèmes de géolocalisation de véhicules par GPS. Virage à 180°, l'occasion lui est donnée de collaborer avec Claude Lenert, fondateur de l'entreprise et camarade de classe de longue date, mais aussi d'intégrer un secteur hautement technologique.



Georges Schaaf, nouveau directeur marketing.

(Photo: SkyCom)

Monsieur Schaaf, qu'est ce qui vous a donné envie de rejoindre SkyCom?

«Rejoindre une équipe en forte croissance, dans un environnement très innovant qui plus est, m'a particulièrement intéressé. En fournissant des informations très précises sur les trajets effectués, WinFleet, notre produit phare, permet notamment de mieux gérer sa flotte en minimisant sa consommation d'essence. À la carte, la solution facilite une conduite agréable et plus responsable. Plus de 12.000 camions en sont déjà équipés. Dans un contexte économique tendu et des routes toujours moins fluides, c'est un outil d'avenir à mes yeux, surtout que les véhicules deviennent de plus en plus chers. Ils sont nombreux à disparaître tous les jours. Notre système de notifications automatisé permet de les localiser en temps réel et donc de limiter la casse. J'ai intégré SkyCom dans une phase de changement, c'est toujours très excitant. La société grandit et souhaite mettre toute une stratégie de communication au point. C'est là où j'interviens! C'est un défi personnel, puisque je suis assez novice en matière de technologie pure. Je vais pouvoir mettre à profit mes compétences dans un tout autre horizon.

Quels ont été les temps forts de votre parcours?

«Ingénieur commercial de formation, j'ai passé presque toute ma carrière dans les métiers de bouche. J'ai commencé comme directeur marketing au sein de l'entreprise Sources Rosport, avant d'endosser la fonction de responsable marketing de la division 'Hôtellerie et Restaurant' chez Villeroy & Boch. Avant d'accepter mon challenge actuel, j'étais directeur au sein du domaine Vinsmoselle Soc. Coop. J'ai notamment eu la chance de pouvoir mettre en œuvre toute une série de plans d'actions dans l'idée de contribuer à moderniser la société, très traditionnelle.

Qu'est-ce qui va vous occuper ces prochains mois?

«Une des priorités sera de poursuivre notre expansion. Nous visons une croissance organique et de qualité. Pour cela, il nous faut encore renforcer nos liens avec nos clients. Notre optique est de toujours leur faciliter la vie. Le taux de fidélité, 99% quand je suis arrivé, est très impressionnant. Le plus grand challenge est de le conserver. La recommandation de nos clients et leur bouche à oreille sont notre meilleure carte de visite. Nous n'avons pas besoin de grande campagne marketing, mais de proposer les bons outils au bon moment. Sur base de l'existant, nous allons continuer à détecter les nouvelles technologies potentiellement intéressantes. En ce sens, les équipes de vente et de montage ont été renforcées.

Une prochaine étape sera d'adopter notre système d'alertes aux contraintes des smartphones et des tablettes pour plus de réactivité. La génération qui suit y sera d'autant plus sensible. Le reporting sera aussi renforcé et nous travaillons en ce moment sur une solution d'assistance téléphonique plus adaptée. Enfin, nous allons également nous intéresser davantage au marché allemand. Notre secteur offre de nombreuses possibilités d'amélioration et de croissance, c'est ce qui est passionnant.»