

CSM a vingt ans

Le plus difficile, c'est de durer!

LENTEMENT MAIS SÛREMENT, L'AGENCE DE CLAUDE HESTZSCHUCH S'EST DÉVELOPPÉE EN ÉVITANT TOUTES LES CRISES GRÂCE À UN DOUBLE POSITIONNEMENT: LA COMMUNICATION ET LE TÉLÉMARKETING



Jérôme Divorne, Directeur, CSM agence conseil en communication – Claude Hertzschuch, Directeur général, CSM agence conseil en communication globale – Olivier Moynat, Directeur, CSM agence conseil en télémarketing

Ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier. Une règle que **Claude Hertzschuch** a suivie dès le début de l'aventure CSM en 1991. Plus entrepreneur et marketeur

Quelques clients...

Balexert, Canal+, la Croix-Rouge genevoise, le Groupe Mutuel, Ringier Romandie, la Fondation pour Genève, les Hôpitaux universitaires de Genève, l'Office cantonal de l'emploi, Pro Natura Genève, Le Temps, les Fêtes de Genève, le Verbier Festival, etc.

que créatif publicitaire, il gère son agence avant tout comme une PME avec pour premier souci l'envie de durer. A tel point que la présence du ministre de l'économie genevois, Pierre-François Unger, à la fête organisée pour les vingt ans de l'agence, est une marque de reconnaissance comme le sont, pour d'autres, des trophées de festivals publicitaires. Peut-être est-ce parce qu'il a débuté lorsque le marché de la communication romande venait de vivre ses Trentes Glorieuses. La fameuse commission de 17,65% des budgets média n'avait plus cours. Les agences média commençaient à prospérer et les agences de publicités devaient apprendre à vendre leur créativité. Sans parler de l'économie qui connaissait alors un fort ralentisse-

Nos chirurgiens sont de grands enfants.

La chirurgie robotique, c'est plus de précision, moins de douleurs et une convalescence accélérée. Chez nous, 90% des ablations de la prostate sont robotiquement assistées.

HUG HÔPITAUX UNIVERSITAIRES DE GENÈVE L'INNOVATION

www.hug-ge.ch

21.07 > 14.08.2011

Fêtes de Genève

www.fetesdegenève.ch

pour une énergie renouvelable donnez la vôtre

Don du sang

rue Gabrielle-Perret-Gentil 6
1205 Genève
tél. 022 372 39 01
www.dondusang.ch

ment. Se lancer à ce moment-là semblait un pari risqué. «Commencer lorsque les conditions sont les plus difficiles est finalement une chance. Dès le départ, j'ai compris que je devais diversifier mes prestations.» La communication pour les vaches grasses et le télémarketing pour les maigres. «Car lorsque tout va bien, les marques se valorisent au travers de campagnes image, alors qu'en période de crise, elles freinent leurs

employés.

Du call center au web call back

Regroupant 70 collaborateurs dans quelque 700 m², CSM est actuellement la plus grande agence romande, réseaux y compris. Evidemment, une bonne moitié des employés est affectée au call center. Responsable de ce secteur, Olivier Monnat précise la philosophie interne: «Nous nous différencions des call center

280 000 sont réellement exploitables. «La taille de la Suisse romande nous contraint à travailler de manière qualitative et diversifiée. Ainsi, de la simple centrale d'appels, nous sommes passés au CRM, puis au Web Call Back, et nous pouvons également officier comme une hotline.» Des prestations qui ont un prix: «Nous sommes chers, mais nos clients ne nous quittent pas, car nous travaillons à la performance!»

une nouvelle ère...

découvrir

Votre centre commercial
www.balexert.ch

balexert

investissements publicitaires et ne pensent qu'à leurs ventes.» Résultat, CSM gagne dans tous les cas! «2009 a été une excellente année, 2010 l'a dépassée et 2011 s'annonce très positive.» Nulle arrogance ou fanfaronnade dans ces propos, juste le plaisir du travail bien fait qui permet de prospérer et de garder ses

délocalisés en proposant du personnel formé et culturellement proche du public. Par ailleurs, nous sommes très soucieux des protections des données et respectons les personnes ne souhaitant pas être sollicitées par des centres d'appels.» Une contrainte de taille dans un marché où, sur 460 000 foyers, seuls



Avant tout du BTL

Pour ce qui est de la communication, aucune restriction. Ici, on fait de tout: publicité classique sur tous les médias, événementiel, création de stands, marketing direct, édition, RP et depuis peu élaboration de campagnes 2.0. avec création d'application mobile ou iPad. «Nous sommes des généralistes, commente Jérôme Divorne, responsable de ce pôle. La palette de nos prestations s'élargit en fonction des besoins de nos clients. Ainsi, pour Balexert dont CSM gère toute la communication, une première opération de Community Management va être mise sur pied par ces équipes. «Une gageure car la marque Balexert, c'est 115 commerces et 140 000 visiteurs par semaine.» Un nouveau défi qui sera relevé comme les autres: calmement, mais sûrement.

VICTORIA MARCHAND

» www.csm-sa.ch