

FINATECH, sponsor Gold du salon MED-IT



Rachid SEFRIQUI
PDG de FINATECH

Finatech a répondu présent à ce grand rassemblement des IT au Maroc et dans tout le pourtour méditerranéen. Le salon MED-IT incarne en effet l'échange et le partage, l'ouverture sur l'international, l'innovation et le dynamisme, qui sont également au cœur de la démarche de Finatech. Le salon MED-IT, une success story qui fait écho à celle de Finatech.

Car aujourd'hui, l'entreprise incarne un rêve devenu réalité, un premier pari réussi avec détermination et rigueur : faire d'un ensemble de sociétés et de projets isolés un tout cohérent, homogène et performant. « Finatech est aujourd'hui synchronisée autour de trois pôles, rationalisés en Business Units, et spécialisés en métiers pointus » précise Rachid Sefrioui.

Finatech est en effet organisé en trois pôles d'activités distincts mais complémentaires, Infrastructures & Réseaux, Payment Systems & Security, IT Services & Offshoring, qui couvrent toute l'offre des technologies de l'information et qui se déclinent en business units opérationnels leader dans leur domaine. 2009 a également été l'année de la création de la cellule «Client Solutions Team» (CST) dédiée aux grands comptes régionaux, véritable task force au service du client. □

Entretien

Finatech est un acteur majeur des IT au Maroc. Vous êtes d'ailleurs sponsor Gold du Med-IT. Parmi vos business units figure celle en rapport avec le web marketing. Pouvez vous nous décrire cette activité ? Quels sont vos atouts et vos références ?

Le business du webmarketing fait partie intégrante du pôle IT services et Offshoring de Finatech. Elle a pour objet de participer de la promotion et de la valorisation des sites web en s'appuyant sur des techniques marketing adaptées. A cet effet, le webmarketing intervient sur toute la chaîne de valeur de la présence sur internet depuis la création du site web jusqu'à l'e-commerce ou le web transactionnel, en passant par le référencement naturel, l'achat de mots clé, les bannières publicitaires ou encore le e-buzzing.

Le web marketing est parfois considéré comme ayant une portée plus large puisqu'il ne se focalise pas seulement sur Internet et les médias mobiles, mais intègre également la gestion numérique des données clients et les systèmes électroniques de gestion de la relation client (eCRM).

Nos principaux atouts sont clairement une expertise métier en webmarketing développée depuis plus de 5 ans en environnement offshore et qui adresse une clientèle diverse et variée parmi laquelle il convient de citer: Assor groupe d'assurance, AtlasBlue, groupe Mandarine... En outre, nous sommes la seule entreprise au Maroc à détenir la certification Google Adword, qui a trait au référencement.

Quelle est la place du web au Maroc ? Quelle évolution

presentez-vous pour le web marketing?

Nous constatons un intérêt croissant pour la création et le référencement de sites web, ou encore les réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter. De la petite agence immobilière à la grande compagnie d'assurances en ligne, les campagnes web marketing se multiplient, dans le cadre d'offres promotionnelles saisonnières ou dans le long terme. Les entreprises sont en effet de plus en plus conscientes du fait que pour rester compétitives, elles doivent obligatoirement s'appuyer sur les techniques du web marketing.

Bien entendu, nous en sommes encore à un stade embryonnaire, comparés à l'Europe ou aux Etats-Unis. Dans ces marchés, la quote-part du web marketing dépasse parfois celle des campagnes traditionnelles. Pour développer le web au Maroc, il faudrait à mon sens organiser des campagnes de sensibilisation et d'accompagnement des clients dans leur stratégie web, visant à démontrer le potentiel du web marketing en terme de retour sur investissement.

Il est également crucial de les rassurer quant à la confidentialité et à la sécurité de leurs transactions dans le cadre du e-commerce.

On estime aussi qu'avec le développement des télécommunications et du haut débit et la baisse des coûts, l'accès à l'internet connaîtra une croissance importante et avec elle le recours au web marketing en particulier.

En outre, nous sommes très optimistes quant aux perspectives de croissance de cette industrie au regard du plan Maroc Numeric 2013 et à la stratégie volontariste des entreprises privées marocaines.

Tout reste à faire, et en tant que

leader et précurseur, nous avons un rôle didactique à jouer pour vulgariser et développer le recours aux techniques du web marketing.

Où recrutez-vous vos web marketer ? Disposons-nous de ressources humaines qualifiées au Maroc? Sommes-nous capables de répondre à travers l'offshoring aux attentes de marchés étrangers?

La rareté de la ressource est un fait. Il y a peu d'établissements spécialisés qui forment des compétences spécifiques au webmarketing. Donc pour l'essentiel, les compétences se développent actuellement par de la formation continue et par l'accumulation d'expérience opérationnelle. Il convient toutefois de rappeler que Finatech a lié un partenariat avec l'Institut National des Postes & Télécommunications en vue de mettre en place des modules de formation spécifiques au webmarketing qui seraient assurés par les compétences Finatech dans le cadre de programme de E-commerce. C'est là l'illustration d'un exemple de partenariat privé / public en vue de dynamiser l'activité webmarketing au Maroc et améliorer notre compétitivité pour mieux répondre aux attentes des marchés internationaux. Cela dit, Finatech dispose aujourd'hui d'un vivier de compétences qui lui permet de recruter et de fidéliser des clients internationaux, qui représentent 90% de notre activité. □

Propos recueillis par Imane CHAFNI



Yassir Jorio
VP Directeur
General
pole it services &
offshoring
finatech

m e d i a

marketing

N°52 Novembre 2009 - Maroc 30dhs - Algérie 300dinars

DOSSIER

Comment Coca-Cola arrose son marché?



INTERVIEW

Fatima-Zohra Bouhout
Senior Brand Manager
Coca-Cola