



Qui dit période inédite, dit nouveaux rituels, nouvelles habitudes de travail et nouveau regard sur nos métiers. Nos clients eux aussi sont confrontés à cette situation et prennent déjà le recul nécessaire pour nous inspirer ! Retrouvez dans nos regards croisés, ce quotidien changé expliqué par la Guilloteam et nos partenaires.

CHARLOTTE SARBORARIA

Directrice de clientèle chez Marie Antoinette



Quel est votre premier geste du matin depuis le confinement ?

Ma routine matinale n'a pas vraiment changé depuis le confinement hormis que je ne cours plus après mon train ! Mon premier geste reste donc de prendre mon téléphone et de consulter les dernières news sur les réseaux sociaux.

Quelle est votre activité phare en ce moment pour occuper vos enfants ?

En ce moment je jongle entre le télétravail et m'occuper de mon fils de 18 mois. Pas évident à cet âge-là de capter son attention. Ces dernières semaines à la maison m'ont permis de lui faire découvrir les gommettes, chose qu'il n'avait encore jamais faite, et maintenant j'en retrouve un peu partout collées dans la maison !
#nouvelledécoduconfiné

Quel est votre conseil pour garder le lien avec vos équipes / clients / partenaires ?

Grâce aux nouvelles technologies nous avons la chance de pouvoir rester en contact assez facilement avec nos collègues, nos clients, nos amis et notre famille. Depuis le confinement, il y a un plus grand besoin de contact pour s'évader et je privilégie davantage le téléphone et les visioconférences pour conserver ce contact humain. On entend parfois des enfants jouer derrière, on aperçoit un chat passer devant la caméra, on suspecte un collègue encore en pyjama... mais nous traversons tous ce moment ensemble alors au final ça permet surtout de désinhiber et de faire sourire.

De quelle(s) manière(s) le confinement impacte-t-il votre secteur ?

Avec le confinement, plusieurs projets ont dû être mis en stand-by et notamment les événements presse. Mais le monde de la communication garde de sa force car nous avons su nous réadapter pour chacun de nos clients. Nous sommes dans une période où les gens ont plus que jamais besoin de s'évader de leur quotidien, trouver des idées / des astuces pour rendre leurs journées plus funs et occuper leurs enfants. Il a donc fallu se réinventer pour inspirer encore davantage les journalistes et les influenceurs. Et ça tombe bien car avec Clementoni nous avons plein d'idées pour valoriser les jeux de société, les puzzles ou encore les jeux créatifs et éducatifs !

Selon vous, votre secteur sera-t-il amené à évoluer après le confinement ? Comment ?

J'en suis certaine. Cet événement exceptionnel a mis à rude épreuve notre réactivité et notre adaptabilité, qui font nos forces aujourd'hui. Nous continuerons d'accompagner nos clients pour que "L'Après" se passe au mieux et nous serons également prêts à faire face à toute situation de crise quelle qu'elle soit. Nous avons également appris à travailler différemment de d'habitude et cela va sans doute permettre d'attribuer plus de confiance au télétravail. Les outils que nous utilisons depuis des semaines (Slack, Whereby...) nous ont vraiment facilité le quotidien !



GAYLOR CORNUAULT

Directeur marketing de Clementoni

Quel est votre premier geste du matin depuis le confinement ?

En début de confinement et alors que la situation empirait partout, mon premier geste était de quitter le mode Avion de mon téléphone pour découvrir les nouvelles de la nuit. Depuis, c'est un peu plus calme, on en revient aux fondamentaux : préparer le petit déjeuner !

Quelle est votre activité phare en ce moment pour occuper vos enfants ?

Comme le confinement dure, je n'ai pas d'activité phare, car cela deviendrait vite monotone. J'essaie simplement de ne pas tomber dans la facilité d'usage des écrans et comme j'ai la chance d'avoir une maison et un jardin, nous passons pas mal de temps dehors. J'essaie de les occuper avec de la cuisine en tout genre aussi. Et pas mal de jeux dernièrement, nous avons pu tester à la maison certains jeux Clementoni : cristaux, slime, robots à construire, botanique, jeux éducatifs etc. Parfait pour les occuper une bonne partie de l'après-midi !

Quel est votre conseil pour garder le lien avec vos équipes / clients / partenaires ?

En interne, tout le monde travaille plus ou moins sur le même rythme de manière à ce que nous soyons tous joignables au moment opportun. Les moyens de communication étant très nombreux (e-mail, téléphone, messagerie instantanée, vidéoconférence, groupe WhatsApp), il est très facile de garder le lien en interne. Nous organisons au minimum une vidéoconférence par semaine afin de partager à l'oral les actualités des différents services et avoir l'occasion de discuter entre nous, parfois de sujets plus légers que l'actualité ! Avec nos clients et partenaires, tout dépend des équipes mobilisées et de leur rapidité de réponse, mais globalement le lien se fait toujours sans aucun problème et nous continuons d'avancer.

De quelle(s) manière(s) le confinement impacte-t-il votre secteur ?

D'après les derniers chiffres parus, le marché du jouet était à -8% au 12 avril. La fermeture des magasins a forcément un impact très fort, partiellement contrebalancé par la présence d'une offre Jouets dans les GSA qui restent ouvertes et par la possibilité de commander des jouets en ligne. Les jeux de société et les puzzles sont les deux catégories qui sont les plus sollicitées par les Français pour s'occuper en cette période de confinement.

Selon vous, votre secteur sera-t-il amené à évoluer après le confinement ? Comment ?

Très difficile à dire. Aucun marché ne sortira indemne d'une telle crise et chacun aura des leçons à en tirer quant à son activité. Mais il semble bien compliqué de savoir de quoi demain sera fait alors que nous ne savons pas encore à quoi ressemblera notre vie (tant personnelle que professionnelle) dans un mois. Mais rien ne sera plus tout à fait comme avant et la manière de consommer des Français pourrait bien évoluer. Plus que de savoir anticiper, il faudra surtout savoir s'adapter et se réinventer.