

RTB CONSEIL

Dossier Individuel



Elisa Pichon B3 WSM
Porteur de projet :
Romain TURQUET

MY DiGiTAL
SCHOOL
2024 -2025

SOMMAIRE

INTRODUCTION - p.5

ANALYSE STRATÉGIQUE - p.7

- **OUTILS D'ANALYSE STRATÉGIQUE**
- **CIBLES PERSONAE**
- **PERSONAE COEUR DE CIBLE**
- **PERSONAE CIBLE PRINCIPALE**
- **PERSONAE CIBLE SECONDAIRE**
- **EXPÉRIENCE ET PARCOURS UTILISATEUR**

PLAN D'ACTIONS MARKETING - p.19

- **LEVIERS D'ACQUISITION ET KPI ASSOCIÉS**
- **OBJECTIFS ET KPI ASSOCIÉS**
- **SEARCH ENGINE OPTIMIZATION**
- **BACKLINKS**
- **PLANNING ÉDITORIAL**

RÉALISATIONS ET COORDINATION - p.25

- **OUTILS ET MÉTHODE DE TRAVAIL**
- **CONTRIBUTIONS**
- **GESTION DES IMPRÉVUS ET COORDINATION**

SUIVI DES PERFORMANCES ET RECOMMANDATIONS - p.29

RÉFLEXION SUR LE PROJET ET COMPÉTENCES MOBILISÉES - p.33

- **OBJECTIFS PRINCIPAUX ET DÉFINITIONS**
- **CHOIX DES CANAUX ET OUTILS DIGITAUX**
- **AFFECTATION DES RESSOURCES ET SUIVI**
- **DÉFIS RENCONTRÉS ET SOLUTIONS APPORTÉES**
- **AJUSTEMENTS À POSTERIORI**
- **COMPÉTENCES ET CONNAISSANCES RENFORCÉES**
- **CRITÈRES DE CRÉATION DES CONTENUS**
- **ANALYSE DU PARCOURS CLIENT ET PERSONNALISATION**
- **INDICATEUR DE SATISFACTION CLIENT**
- **PLANIFICATION ET CONTRAINTES**

ANNEXES - p.38

INTRODUCTION

CONTEXTE DU PROJET MYDIGITALPROJECT ET ENJEUX DU DIGITAL POUR RTB CONSEIL

Dans le cadre du programme MyDigitalProject de MyDigitalSchool, j'ai été chargée de piloter une mission webmarketing en conditions réelles, visant à accompagner une entreprise dans sa transition ou son optimisation digitale. Le projet s'est inscrit dans une logique de travail en équipe pluridisciplinaire, avec pour ambition de concevoir et mettre en œuvre une stratégie digitale à impact mesurable.

L'entreprise partenaire, RTB Conseil, a exprimé un besoin clair : améliorer sa visibilité en ligne, asseoir son positionnement d'expert SAP et générer de nouveaux leads qualifiés à travers des leviers digitaux. Dans un secteur B2B encore peu digitalisé, ces enjeux prennent une dimension stratégique. Le digital représente pour RTB Conseil un levier indispensable pour asseoir sa crédibilité, se différencier de la concurrence, et structurer sa prospection commerciale de manière plus efficace.

PRÉSENTATION DE RTB CONSEIL

RTB Conseil est un cabinet de conseil indépendant basé à Plescop, spécialisé dans l'accompagnement des entreprises autour des solutions SAP, leader mondial des ERP. L'entreprise intervient avant, pendant et après l'implémentation des modules SAP, notamment dans des contextes de migration vers SAP S/4HANA, d'intégration de flux EDI/IDoc, ou de connexion entre SAP et d'autres outils comme Boomi.

Sa cible principale regroupe des entreprises industrielles ou de services de plus de 500 000 employés, souhaitant structurer leur système d'information. RTB Conseil se positionne comme un acteur agile et réactif, capable d'offrir un accompagnement personnalisé et technique sur des projets complexes. Malgré une expertise reconnue par ses clients, l'entreprise souffrait jusqu'alors d'un déficit de notoriété digitale, avec une présence en ligne limitée et peu exploitée.



Romain TURQUET
Consultant SAP



Nicolas ROUILLE & Ronan UZEL
Alternant en BTS SIO



OBJECTIFS ET ENJEUX DU PROJET

Les attentes du client ont été clairement formulées dès les premiers échanges :

- **Améliorer la visibilité en ligne de l'entreprise**, notamment via un site web modernisé
- **Un référencement naturel optimisé** (SEO)
- **Une charte graphique** reflétant les valeurs de l'entreprise (dynamique, jeune, familiale, flexible, ...)

Pour répondre à ces enjeux, j'ai conçu un plan d'actions multicanal intégrant stratégie SEO, production de contenu expert, activation sociale, et création de supports adaptés.

Le tout a été mis en œuvre dans une démarche itérative et collaborative, avec un suivi régulier des indicateurs clés de performance (KPI) : trafic web, taux de conversion, nombre de leads générés, engagement sur LinkedIn.

Enfin, au-delà des aspects stratégiques, j'ai également contribué à la création des maquettes du site, en raison d'un retard dans la livraison de la charte graphique initialement attendue, garantissant ainsi la continuité opérationnelle du projet.

1.4 NOTRE ÉQUIPE



Elisa PICHON
**Webmarketing
Média sociaux**



Léo HERMANT
Développeur web



Mathis TESSIER
**Designer
Graphique**



Marine LE GALLIE
Communication



ANALYSE STRATÉGIQUE

MARCHÉ DU CONSEIL SAP ET TENDANCES

Le marché du conseil autour des solutions SAP se caractérise par une forte dynamique de croissance sur la dernière décennie, portée par la digitalisation des entreprises et les projets de migration vers les nouveaux ERP.

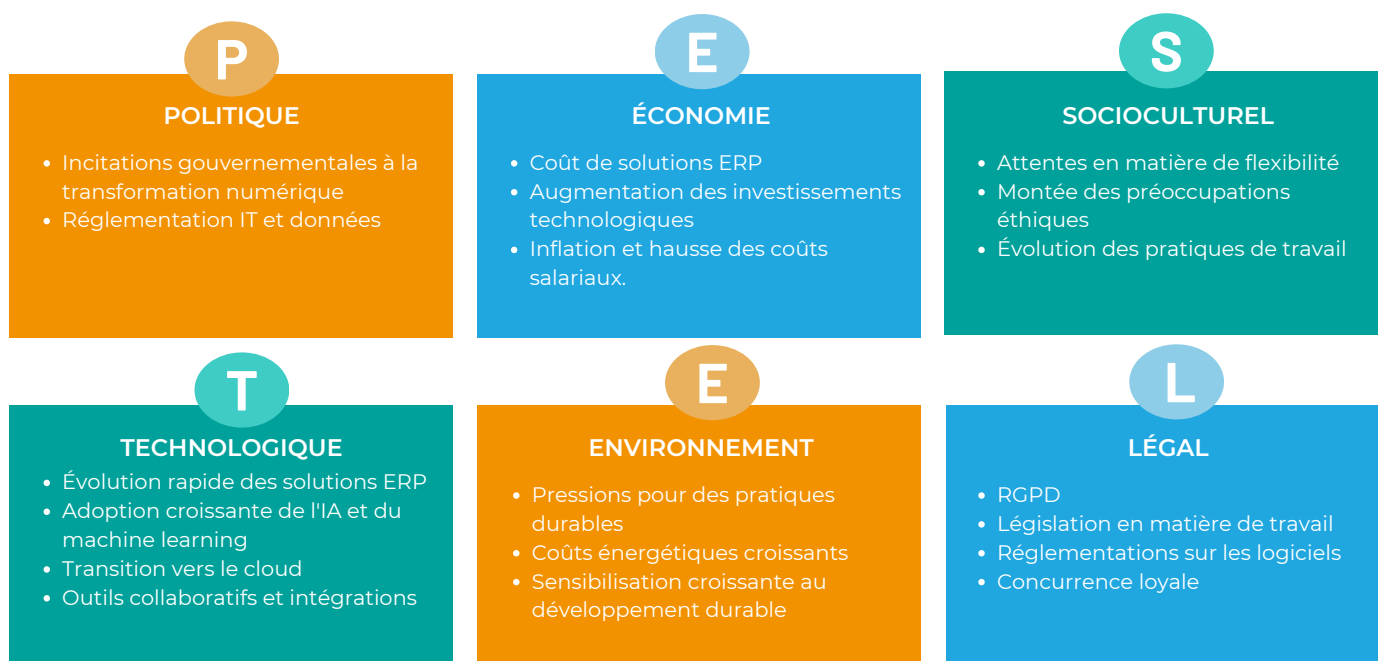
À l'échelle mondiale, le marché du conseil SAP connaît une expansion soutenue grâce à la demande croissante de projets de transformation numérique et de migration vers SAP S/4HANA, à l'adoption accrue des solutions cloud et à l'intégration de l'IA dans les ERP*¹.

En France, on observe une pénurie de talents SAP disponibles, tandis que l'échéance de 2027 (fin du support de l'ancienne version SAP ECC) incite de nombreuses entreprises à accélérer leurs projets S/4HANA – ce qui intensifie la recherche urgente de consultants SAP*².

Par ailleurs, les prévisions de croissance sont significatives : la taille du marché mondial du conseil SAP, estimée autour de 15 milliards USD en 2024, pourrait plus que doubler d'ici 2033 (environ 35 milliards USD) d'après les analyses sectorielles.

Dans ce contexte, RTB Conseil évolue sur un marché porteur mais concurrentiel, où interviennent aussi bien de grands cabinets internationaux (Accenture, Capgemini...) que des acteurs spécialisés de taille moyenne. L'entreprise doit donc s'appuyer sur ses atouts de spécialiste tout en se démarquant en ligne pour capter une part de cette demande croissante.

PESTEL



Ce PESTEL met en avant le contexte actuel très favorable au développement de l'activité de conseil ERP.

RTB Conseil peut capitaliser sur les dynamiques politiques, technologiques et environnementales en valorisant son expertise.

Toutefois, il devra rester vigilant face aux pressions économiques et s'adapter en continu aux attentes sociétales et réglementaires.

SWOT

Expertise reconnue en ERP SAP
Flexibilité et adaptabilité
Portefeuille de clients B2B varié



Taille de l'entreprise
Dépendance à SAP
Manque de notoriété nationale/internationale

Croissance du marché ERP
Demande accrue pour le conseil en ERP dans les PME
Transition vers SAP S/4HANA



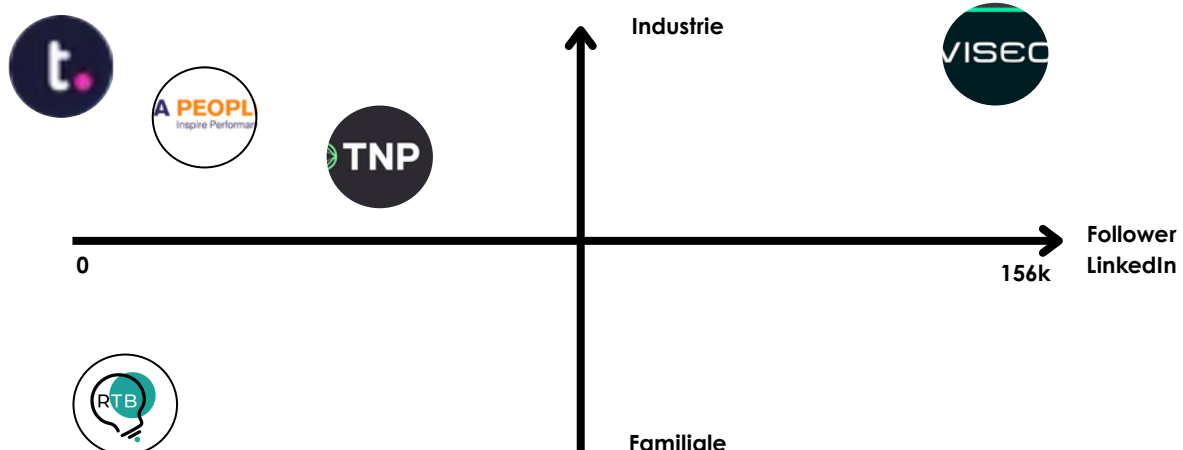
Concurrence accrue
Evolution de technologie lente
Complexité des Mises A Jour SAP

RTB Conseil dispose de solides atouts internes (expertise, agilité, portefeuille varié) qu'il peut valoriser face à une demande croissante du marché, notamment liée à la transition vers SAP S/4HANA.

Pour soutenir sa croissance, l'enjeu sera de renforcer sa notoriété, de diversifier ses leviers d'acquisition et de communiquer efficacement sur sa valeur ajoutée face à la concurrence.

CONCURRENTS & BENCHMARK

Nom du concurrent	Positionnement	Forces principales	Faiblesses principales	Nombre d'abonnés LinkedIn
SOA People	Pure player SAP (migration, maintenance, projets spécifiques)	Spécialisation SAP, bonne image dans l'écosystème	Image plus orientée "industrie lourde" que services sur-mesure	15K
TNP Consultants	Conseil en transformation digitale, focus ERP & SI	Expertise en migration SAP S/4HANA, approche agile	Moins connu, ce n'est pas leur activité principale	32K
TeamWork	Conseil IT, SAP, cloud et data	Large couverture technique (SAP, AWS, Salesforce)	Image de société plus technique que conseil de proximité	
WISEO	Cabinet international en transformation digitale et SAP	Forte capacité projet (grands comptes), présence internationale	Moins agile pour les projets moyens ou spécifiques, parfois jugé trop "industriel" dans l'approche	156K



RTB Conseil a un positionnement distinct : proximité, agilité, service sur mesure. Ce sont des atouts différenciateurs à mettre en avant dans la stratégie de communication.

En revanche, sa visibilité en ligne est très faible : il devient prioritaire de développer la marque sur LinkedIn (publications, contenu expert, acquisition de followers ciblés).

Le marché étant saturé par des grands acteurs "industriels", RTB Conseil peut se démarquer avec une communication plus humaine, accessible et pédagogique, notamment en valorisant son ancrage territorial, sa flexibilité et son expertise SAP "terrain".

Stratégie de promotion digitale et relationnelle :

- Personal branding de Romain Turquet de Beauregard comme visage expert de la marque.
- Témoignages clients pour asseoir sa crédibilité

Offre principale :

Conseil personnalisé et prestations sur mesure autour de l'ERP SAP.

Caractéristiques :

- Expertise technique sur les modules SAP (comptabilité, achats, projets...).
- Accompagnement sur mesure adapté aux besoins spécifiques de chaque entreprise.
- Création de ressources à forte valeur ajoutée.
- Positionnement haut de gamme, orienté qualité, fiabilité et proximité.



Canal de distribution direct en ligne et relationnel :

LinkedIn & Malt : canal principal de visibilité, prospection, publication de contenus et prise de contact.

- Positionnement de valeur basé sur l'expertise et la personnalisation.
- Tarification en prestation/heure, adaptée au type de mission.
- Devis personnalisé selon la complexité et la durée de l'intervention.

Ce mix marketing repose sur une stratégie alignée avec les spécificités du marché du conseil SAP : une offre experte et personnalisée (produit), un positionnement haut de gamme valorisant la qualité et la proximité (prix), une distribution directe via des canaux relationnels maîtrisés comme LinkedIn et Malt (place), et une promotion axée sur le personal branding et la preuve sociale (promotion).

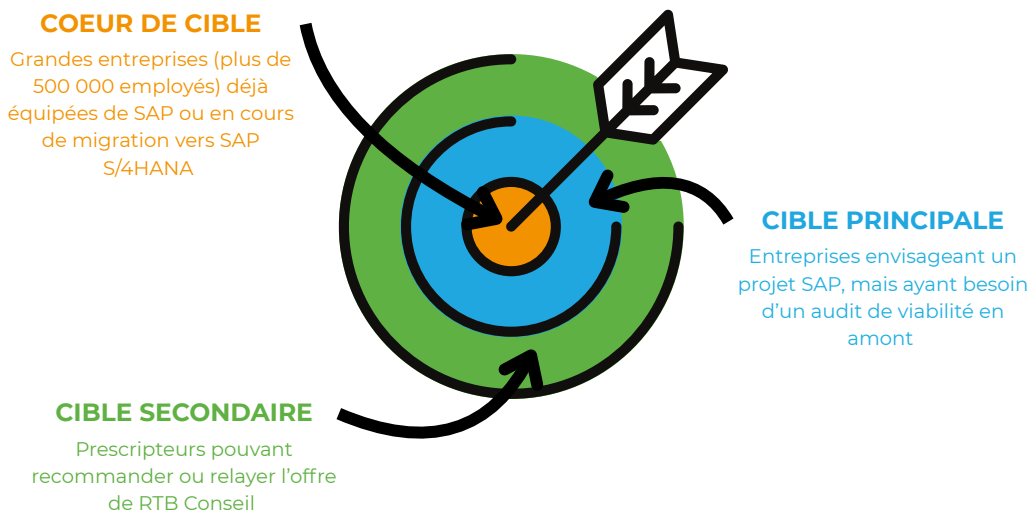
Ensemble, ces leviers renforcent la crédibilité de RTB Conseil, soutiennent une démarche de différenciation claire et permettent d'instaurer une relation de confiance avec une cible qualifiée, en quête de conseils sur mesure.

CIBLES GLOBALES

Afin de structurer efficacement notre stratégie marketing, nous avons procédé à une segmentation claire des cibles potentielles de RTB Conseil.

Cette démarche a permis d'identifier trois niveaux de cible selon leur maturité face aux solutions SAP, leurs besoins spécifiques, et leur capacité à initier ou recommander un projet ERP.

Le schéma ci-dessous synthétise cette hiérarchisation stratégique:



Cette segmentation permet d'adapter notre communication selon le niveau d'engagement des cibles dans les projets SAP.

Toutes partagent un point commun essentiel : elles **connaissent déjà l'environnement SAP**. Il s'agit donc d'un public qualifié, avec lequel nous pouvons adopter un discours expert, orienté valeur ajoutée et accompagnement stratégique, **sans devoir expliquer les bases ou justifier l'intérêt d'un ERP**.

PERSONAE

Dans le cadre de notre stratégie digitale, nous avons défini **trois personae** représentatifs des profils que RTB Conseil souhaite engager via ses actions marketing.

Ces profils ont été construits à partir de l'analyse des cibles, du benchmark concurrentiel et des besoins exprimés par l'entreprise.

Ils incarnent des **décideurs expérimentés** au sein de **grandes entreprises ou d'ETI**, ainsi que des **acteurs influents** de l'écosystème SAP. Tous partagent une forte **maturité digitale** et une **connaissance avancée des environnements SAP**, ce qui nous permet d'adopter une communication experte, axée sur l'accompagnement stratégique, la performance des projets et la valeur métier.

Ces personae servent de base à la définition des messages, des contenus et des canaux utilisés à chaque étape du parcours client:

PERSONAE COEUR DE CIBLE

MIGRATION SAP

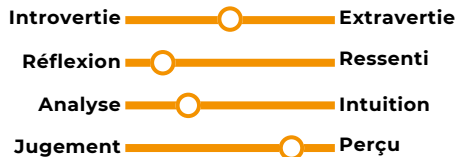


JEAN-YVES GAUTHÉ

Âge : 48 ans
Localisation : Lyon, France
Formation : Ingénieur en informatique, spécialisation systèmes d'information

Expérience : 18 ans dans les systèmes ERP, SAP ECC puis S/4HANA
Situation professionnelle : DSI d'une entreprise industrielle de 500 salariés

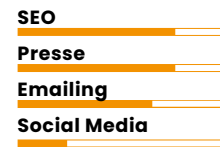
PERSONNALITÉ



MOTIVATIONS



LEVIERS D'ACQUISITION



MARQUES & INFLUENCES



OBJECTIFS

- Passer d'une architecture SAP ECC ancienne vers SAP S/4HANA.
- Automatiser les échanges de données (clients, fournisseurs) via IDoc / EDI.
- Assurer l'interopérabilité SAP avec de nouvelles applications cloud (ex: Salesforce, ServiceNow)

FREINS ET PEURS

- Peur des surcoûts ou du dépassement de budget.
- Inquiétude sur la complexité de l'intégration Boomi/SAP.
- Difficulté à trouver des consultants SAP fiables et experts sur des sujets pointus (IDoc, Boomi)

OPPORTUNITÉS SEO

- Contenus type "Comment réussir sa migration SAP"
- Témoignages clients "Pourquoi nous avons choisi RTB Conseil pour nos flux IDoc"
- Livres blancs téléchargeables sur "Intégration Boomi-SAP"

CANAUX DE RECHERCHES

- Google (requêtes techniques précises : "intégrer SAP avec Boomi", "optimiser IDoc")
- LinkedIn (groupes SAP France, ERP leaders)
- Webinars professionnels SAP

“ J'ai besoin d'un collaborateur qui puisse m'aider à migrer SAP ECC vers S/4HANA sans mauvaise surprise. Je veux que cette transition soit maîtrisée, sans surcoûts et sans stress inutile. En plus, j'ai des flux EDI/IDoc à automatiser, et je sais que l'intégration de Boomi dans SAP, c'est complexe... Je n'ai pas envie de perdre du temps à chercher des experts SAP fiables, ça devient un vrai casse-tête. Ce qu'il me faut, c'est un accompagnement sérieux, une équipe qui connaît vraiment SAP, Boomi et les intégrations Cloud, et qui peut m'éviter de refaire les mêmes erreurs qu'avec d'autres projets. Un collègue m'a recommandé RTB Conseil, il paraît qu'ils ont déjà géré ce genre de projet avec succès. Ça pourrait être la solution. ”

PERSONAE CIBLE PRINCIPALE

AUDIT SAP



SANDRINE MOREAUX

Âge : 39 ans

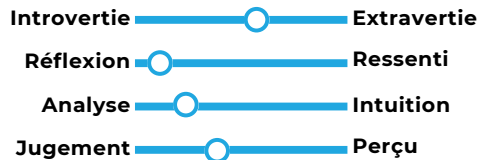
Localisation : Nantes, France

Formation : Master en gestion d'entreprise – spécialisation systèmes d'information

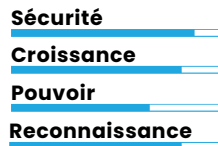
Expérience : 15 ans dans la gestion de projets informatiques

Situation professionnelle : Responsable transformation digitale au sein d'un groupe de plus de 10 000 salariés, secteur énergie

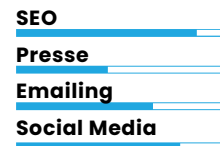
PERSONNALITÉ



MOTIVATIONS



LEVIERS D'ACQUISITION



INFLUENCES



OBJECTIFS

- Auditer la viabilité d'un projet SAP envisagé par la direction
- Obtenir un rapport clair, objectif et sans parti pris pour orienter le comité de pilotage
- Identifier les risques, prérequis et coûts réels avant validation budgétaire

FREINS ET PEURS

- Lourd historique de projets IT ayant dépassé les délais ou les budgets
- Saturation interne des équipes IT : crainte d'un manque de ressources pour mener le projet
- Difficulté à faire la distinction entre cabinet commercial et expert technique

OPPORTUNITÉS SEO

- Livres blancs "Auditer son projet SAP avant de se lancer"
- Études de cas "Pourquoi un grand groupe a mandaté RTB Conseil en amont de SAP"
- Présence sur LinkedIn avec des publications d'experts

CANAUX DE RECHERCHES

- Google (requêtes comme "audit projet ERP avant validation", "fiabilité projet SAP")
- LinkedIn (veille sur projets ERP, articles de consultants SAP)
- Réseaux professionnels (clubs utilisateurs, associations DSI)

“ Dans ce groupe, nous ne lançons aucun projet ERP sans un audit de cadrage solide. Le coût d'une erreur se compte en millions. Ce qu'il me faut, c'est une équipe qui comprend les enjeux métiers, techniques et humains d'un projet SAP, et qui sait livrer un avis clair, indépendant et structurant pour le pilotage. ”

PERSONAE CIBLE SECONDAIRE

PRESCRIPTEUR SAP



FRANÇOIS LEFÈVRE

Âge : 50 ans

Localisation : Paris, France

Formation : Ingénieur généraliste, complété par un MBA

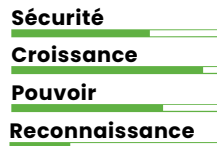
Expérience : 25 ans dans le secteur logiciel et IT

Situation professionnelle : Responsable partenariats dans une société éditrice de solutions middleware intégrables à SAP

PERSONNALITÉ



MOTIVATIONS



LEVIER D'ACQUISITION



INFLUENCES



OBJECTIFS

- Identifier des partenaires fiables pour accompagner les clients en phase d'avant-vente ou de cadrage
- Valoriser son propre produit via un réseau d'experts reconnus
- Offrir à ses clients une solution complète avec un accompagnement global

FREINS ET PEURS

- Recommander un mauvais partenaire et dégrader son image
- Manque de retour d'expérience concret sur les cabinets qu'il recommande
- Peur que le partenaire se positionne comme concurrent

OPPORTUNITÉS SEO

Requêtes :

- "partenaire SAP indépendant"
- "expert SAP pour cadrage projet"

Contenus utiles :

- Articles : "Comment choisir un bon partenaire SAP"
- Page dédiée aux partenaires sur le site RTB Conseil et témoignages

CANAU DE RECHERCHES

- Recommandations croisées entre partenaires
- LinkedIn (recherche d'experts SAP, analyse des publications)
- Événements métiers (salons ERP, clubs utilisateurs SAP)

“ Je suis toujours à la recherche de consultants SAP sérieux que je peux recommander à mes clients sans trembler. Un bon partenaire, c'est celui qui comprend vite les enjeux du client, sait rester discret et apporte de la valeur dès la phase de cadrage. ”

À partir de ces personae, plusieurs leviers de communication ont été identifiés pour toucher efficacement les cibles de RTB Conseil :

- la création d'un **livre blanc** orienté expertise SAP avec **un emailing automatisé**
- une présence active sur **LinkedIn**
- le développement de **relations presse** ciblées
- ainsi que la participation à des **webinaires** ou **salons professionnels**

Ces propositions **ont été discutées** avec Romain Turquet, dirigeant de l'entreprise. Bien que jugées pertinentes, certaines ont été écartées en raison de leur inadéquation avec sa posture personnelle et le positionnement de la marque. Ainsi, les **webinaires et salons ne seront pas retenus**, Romain privilégiant des formats plus discrets et ciblés. De même, bien qu'un parcours d'**emailing automatisé post-téléchargement** ait été envisagé pour accompagner les leads, cette piste a été déconseillée par Romain, qui souhaite éviter toute démarche perçue comme trop intrusive.

Il a été aussi convenu avec Romain Turquet de prévoir deux versions de son site et de tous ses posts et de son livre blanc : un en français, l'autre en anglais. En effet, Romain nous affirme travailler à l'international, ce qui lui impose une internationalisation dans son travail tout comme dans sa communication.

EXPÉRIENCE ET PARCOURS UTILISATEUR

CUSTOMER JOURNEY MAP



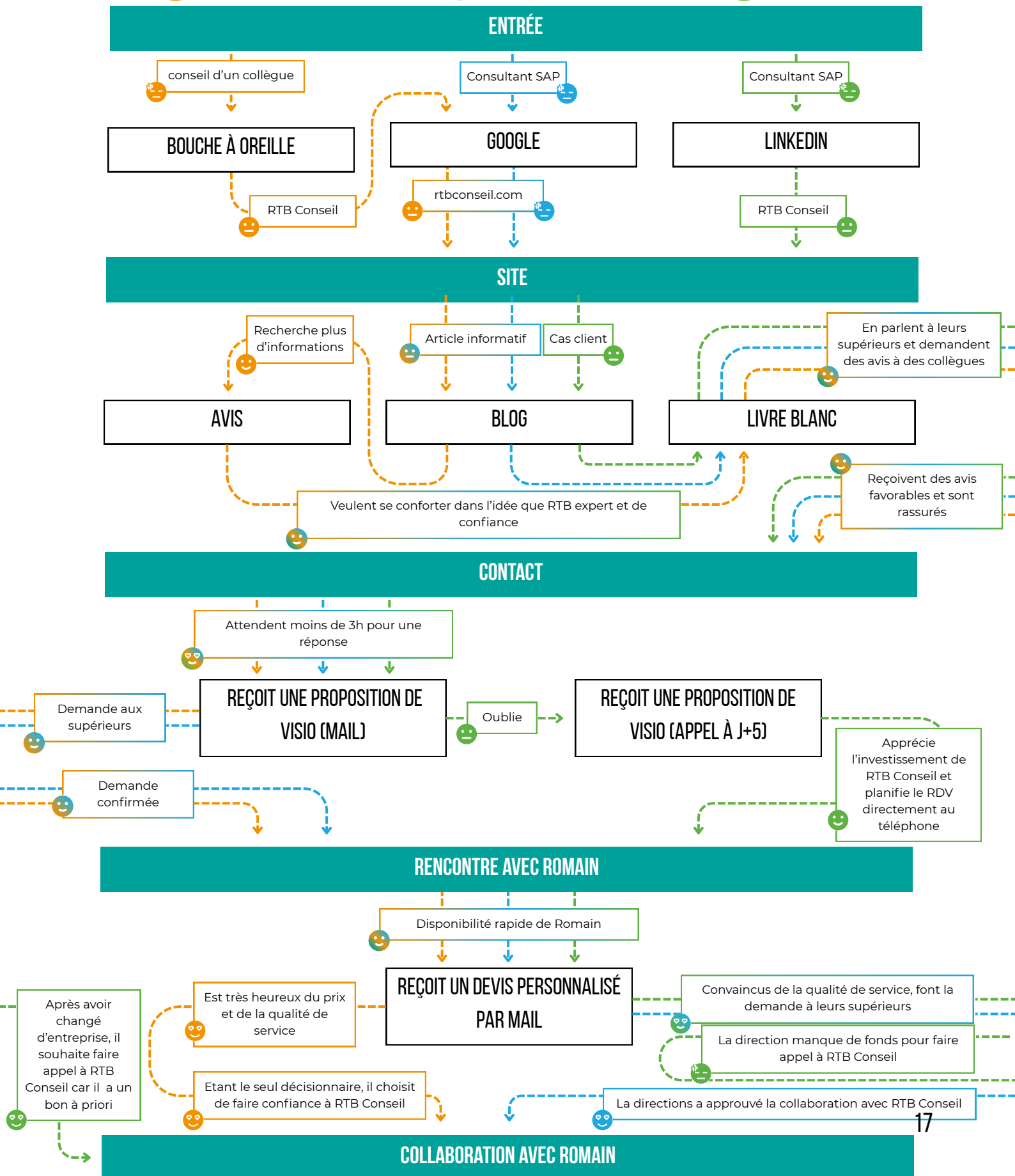
MIGRATION SAP



AUDIT SAP



PRESCRIPTEUR SAP



Nous avons modélisé **plusieurs parcours types** afin de refléter la diversité des situations rencontrées par RTB Conseil dans son processus d'acquisition et de collaboration client. Ces parcours permettent de visualiser les différentes étapes du cycle de décision et d'interaction, tout en **identifiant les moments critiques** où des **freins pourraient apparaître**.

Dans le cas de RTB Conseil, les principaux points de friction théoriques auraient pu concerner le rapport qualité/prix, la **rapidité de réponse**, ou encore la **disponibilité du dirigeant**. En réalité, ces éléments sont régulièrement **cités comme des forces différenciantes**. Romain Turquet se montre disponible, réactif (souvent en moins de trois heures), et ses prestations sont jugées à la fois justes et qualitatives par ses clients.

Les retours obtenus sont **unaniment positifs**, et plusieurs clients expriment leur satisfaction en recommandant RTB Conseil dans leur réseau, voire en laissant des avis élogieux sur LinkedIn. Cette dynamique de bouche-à-oreille contribue activement à la construction d'une réputation solide, particulièrement précieuse dans un secteur fondé sur la confiance et la compétence.



PLAN D' ACTIONS MARKETING

LEVIERS D'ACQUISITION

Afin d'atteindre les cibles identifiées et de générer des leads qualifiés, plusieurs leviers d'acquisition digitaux ont été sélectionnés pour leur pertinence stratégique et leur cohérence avec les moyens de RTB Conseil.

La création d'un **livre blanc** (site) sur les enjeux SAP constitue le pilier de notre dispositif inbound, permettant de capter des contacts via un formulaire dédié. Cette démarche sera appuyée par une **stratégie LinkedIn régulière**, mêlant posts d'expertise, témoignages et coulisses, pour renforcer la visibilité et la preuve de compétence. Par ailleurs, une **optimisation SEO** du nouveau site web est prévue pour améliorer le positionnement sur les requêtes liées aux services SAP, accompagnée d'**articles de blog ciblés**.

Enfin, des actions de **relations presse spécialisées** seront enclenchées autour du Salon Solutions pour accroître la notoriété dans la presse B2B. Ces leviers sont pensés comme complémentaires, agissant à différents moments du parcours client pour nourrir l'intérêt, déclencher la prise de contact et renforcer la crédibilité de l'entreprise.



OBJECTIFS ET KPI ASSOCIÉS

OBJECTIFS

OBJECTIF GLOBAL :

NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE / POSITIONNEMENT EN TANT QUE LEADER / GÉNÉRATION DE LEADS

01. ATTEINDRE 25 TÉLÉCHARGEMENTS DE NOTRE LIVRE BLANC EN 2 MOIS

Nombre de téléchargement en 2 mois

02. ATTEINDRE UN TAUX DE CONVERSION DE 15% PAR MOIS VIA LINKEDIN ET LES CAMPAGNES D'EMAILING (MÊME SI MAILING REFUSÉ)

Nombre d'interactions total (mail et LinkedIn) /
Taux de conversion total / Nombre de vues

03. ATTIRER 75 NOUVEAUX VISITEURS MENSUELS SUR LE SITE D'ICI 2 MOIS

Nombre de visiteurs simple / Nombre de visiteurs unique

04. ATTEINDRE LES 50 INTERACTIONS AVEC LA PRESSE EN LIGNE EN 2 MOIS

Nombre d'interactions avec les articles de presse en ligne (Le Monde Informatique / Ouest France / Le Télégram) / Nombre d'impression des différents volumes

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Termes	KD	SV	Langue
consultant SAP	0	1.2k	
sap hana	0	1.2k	
sap integration	5	3.4k	
sap consultant	0	500	
freelance sap	0	80	
consultant sap freelance	0	40	
Romain Turquet	ND	0	
RTB Conseil	ND	0	

**Search Volume faible
mais
Lead qualifié**

Questions récurrentes

Qu'est ce qu'un IDoc EDI? - EDI vs IDoc - SAP S/4HANA - consultant SAP freelance - expert SAP IDoc - Intégration SAP BOOMI - RTB Conseil SAP - Contact RTB Conseil

L'analyse des volumes de recherche liés aux termes clés du secteur SAP révèle une demande modérée mais qualifiée, notamment sur des expressions comme "consultant SAP", "SAP HANA" ou "SAP integration", qui affichent des **volumes compris entre 500 et 3 400 recherches mensuelles**.

Si certains mots-clés affichent un volume faible, ils traduisent néanmoins un intérêt ciblé et pertinent, avec une forte intention de recherche (freelance, contact, intégration BOOMI, ...).

À partir de ces données, nous avons prévu de **structurer le contenu du futur site** autour des expressions à fort potentiel, tout en capitalisant sur des **requêtes de niche très qualifiées** pour générer des leads pertinents.

Des pages optimisées seront rédigées pour les thématiques identifiées, complétées par des articles de blog à vocation pédagogique (ex. : *EDI vs IDoc*, *SAP S/4HANA*, *intégration SAP freelance*).

Ce travail SEO permettra d'**améliorer le référencement naturel** de RTB Conseil tout en répondant précisément aux interrogations réelles des professionnels en quête de solutions SAP.

Afin de **renforcer la visibilité du futur site internet** de RTB Conseil et d'optimiser son positionnement dans les résultats de recherche, une stratégie de génération de **backlinks** a été envisagée. L'objectif est d'obtenir des liens entrants de qualité, depuis des sites crédibles et en lien avec l'univers ERP, IT et B2B.

Romain étant déjà présent sur **Malt**, cette plateforme constitue un point d'appui intéressant pour rediriger vers son site professionnel. D'autres leviers ont également été identifiés : **la rédaction d'articles invités sur des blogs spécialisés, la publication de ressources gratuites comme le livre blanc sur des plateformes sectorielles, ou encore l'inscription sur des annuaires B2B** complémentaires tels que Appvizer ou Sortlist.

Par ailleurs, des témoignages croisés avec ses clients, ou des contributions à des webinaires ou prises de parole dans l'écosystème SAP, peuvent également générer des backlinks naturels et valorisants. Ces actions permettront d'accompagner le lancement du site web et de construire progressivement l'autorité du domaine dans la durée.

PLANNING ÉDITORIAL

Nom	Status	Dates de public...	Type de contenu	Audience
🚩 Lancement de la campagne	● Rédaction	September 19, 2025	Réseaux sociaux Newsletter Blog	Tout le monde
📞 Contact Presse	● Rédaction	October 1, 2025	Presse	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 1	● Rédaction	October 1, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 1	● Rédaction	October 3, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 2	● Rédaction	October 8, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 2	● Rédaction	October 10, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 3	● Rédaction	October 15, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 3	● Rédaction	October 17, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 4	● Rédaction	October 22, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 4	● Rédaction	October 24, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 5	● Rédaction	October 29, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 5	● Rédaction	October 31, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 6	● Rédaction	November 5, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 6	● Rédaction	November 7, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 7	● Rédaction	November 12, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 7	● Rédaction	November 15, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 8	● Rédaction	November 19, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 8	● Rédaction	November 22, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 9	● Rédaction	November 26, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 9	● Rédaction	November 29, 2025	Blog	Tout le monde
🌐 Post LinkedIn 10	● Rédaction	December 3, 2025	Réseaux sociaux	Tout le monde
📝 Article Blog 10	● Rédaction	December 6, 2025	Blog	Tout le monde



RÉALISATIONS ET COORDINATION

OUTILS ET MÉTHODES DE TRAVAIL

En tant que cheffe de projet, j'ai structuré notre collaboration autour de la **méthode agile**, en m'appuyant sur **Trello** pour organiser le travail en sprints et suivre l'avancement des tâches en temps réel.

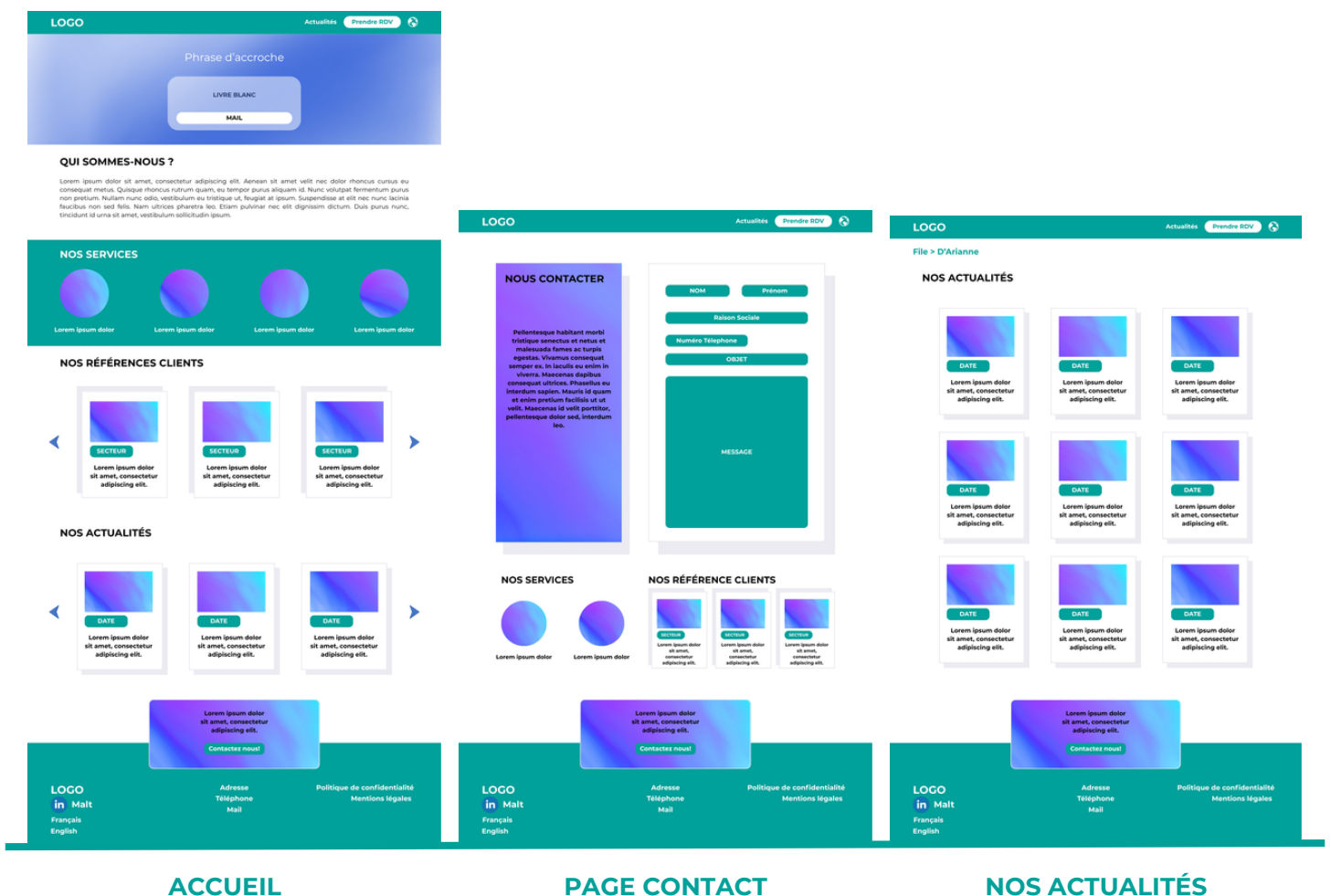
Cet outil nous a permis de prioriser les actions, de répartir clairement les responsabilités et d'adapter notre planning **en fonction des besoins et retours**.

La communication quotidienne de l'équipe s'est faite via **Microsoft Teams**, facilitant les échanges fluides, les réunions à distance et le partage de documents. J'ai également supervisé la production des livrables visuels en coordonnant les travaux réalisés sur **Figma, Canva et la suite Adobe** (notamment **Photoshop et Illustrator**).

Cette organisation agile nous a permis de gagner en réactivité, de collaborer efficacement et de garantir la cohérence globale du projet, jusqu'à la livraison des livrables à RTB Conseil.



CONTRIBUTIONS



ACCUEIL

PAGE CONTACT

NOS ACTUALITÉS

Face au retard accumulé dans la production de la charte graphique – qui n'était toujours pas finalisée début juin – j'ai pris l'initiative de concevoir les wireframes des pages clés du site :

la page d'accueil, la page actualités et la page contact.

Cette démarche proactive visait à ne pas bloquer l'avancement du projet et à fournir une base de travail concrète pour orienter la future déclinaison graphique. Ces maquettes ont permis de structurer l'architecture du site autour des objectifs de conversion et de clarté, tout en répondant aux attentes de visibilité de RTB Conseil.

GESTION DES IMPRÉVUS ET COORDINATION

Le projet a connu un **démarrage particulier**, marqué dès la première semaine par des difficultés liées à notre collaboration initiale avec l'**association Fifty-Fifty**. De nombreux **désaccords et un manque de clarté sur les attentes mutuelles ont rapidement généré des tensions et freiné notre progression**. L'équipe a donc décidé à l'unanimité de mettre ce projet de côté pour ne pas compromettre la qualité de notre travail. Nous avons alors recherché une nouvelle structure à accompagner et, ainsi, découvert **RTB Conseil**, cabinet de conseil en solutions SAP fondé par Romain Turquet de Beauregard. Ce changement de cap, bien qu'opéré avec réactivité, a **naturellement occasionné un léger retard sur notre calendrier initial**.

Une fois le nouveau partenariat lancé, un second imprévu a freiné temporairement l'avancement du projet : la **charte graphique**, pourtant essentielle au développement du site, **n'avait toujours pas été livrée au 6 juin** par la personne en charge de sa création. Il est important de souligner que cette personne disposait de l'ensemble des informations nécessaires, y compris des coordonnées de Romain, afin de lever toute ambiguïté. L'équipe, consciente de l'enjeu, lui a proposé à plusieurs reprises son aide pour finaliser les livrables dans les temps. Ces propositions ont été refusées, l'intéressé affirmant que les éléments étaient déjà réalisés et qu'il ne restait qu'à les "peaufiner". Force est de constater, toutefois, qu'aucun livrable n'a été transmis à la date convenue.

Face à cette situation, et afin de ne pas compromettre l'ensemble du projet, j'ai **pris l'initiative**, en tant que cheffe de projet, de **réaliser moi-même les wireframes** des pages clés du site (accueil, actualités, contact). Ces maquettes ont permis de structurer l'arborescence et de continuer à avancer malgré l'absence de charte définitive.

Dès le départ, j'ai renforcé notre organisation en instaurant une méthode agile reposant sur Trello pour la gestion des tâches et Microsoft Teams pour la communication interne. Grâce à cette coordination rigoureuse, nous avons pu contenir l'impact des imprévus, maintenir une dynamique de travail efficace, et livrer un projet cohérent répondant aux besoins de RTB Conseil.



SUIVI DES PERFORMANCES ET RECOMMANDATIONS

Afin de permettre une évaluation objective des résultats obtenus après le déploiement du dispositif, nous avons mis en place plusieurs outils de suivi et proposé à RTB Conseil une méthodologie de mesure simple, claire et autonome.

L'accès à l'outil **Google Analytics 4** sera laissé à Romain afin qu'il puisse analyser **en toute autonomie** le trafic généré, l'évolution des sources d'acquisition, le taux de rebond, la durée moyenne des sessions ou encore les pages les plus consultées.

Ces indicateurs permettront de mesurer l'efficacité des optimisations SEO, des publications LinkedIn, du téléchargement du livre blanc ou encore de la fréquentation du site après des actions spécifiques. De plus, un système de tracking des événements clés (clics sur les CTA, téléchargements, soumissions de formulaire) a été pensé pour enrichir la lecture des résultats et identifier les parcours les plus efficaces.

Nous avons également proposé à Romain un tableau de bord de suivi qu'il pourra adapter et faire évoluer selon ses besoins.

En complément, nous avons fourni plusieurs modèles de publications LinkedIn, afin de faciliter la prise de parole régulière sur ce réseau essentiel pour RTB Conseil. Ces templates visent à gagner du temps, à maintenir une ligne éditoriale cohérente et à encourager une communication régulière.

Enfin, nous recommandons à RTB Conseil :

- De publier au minimum deux fois par mois sur LinkedIn, en alternant contenus d'expertise (SAP, retour client, veille), contenus pédagogiques et actualités de l'entreprise ;
- D'actualiser régulièrement le site avec des articles ou des témoignages clients, pour maintenir un bon référencement ;
- D'envisager, à moyen terme, une campagne sponsorisée LinkedIn ou Google Ads, si les publications organiques atteignent un palier ;
- De maintenir une veille concurrentielle active, notamment sur LinkedIn et sur les mots-clés du secteur.

L'ensemble de ces recommandations vise à consolider la visibilité digitale de RTB Conseil, à renforcer la notoriété de Romain en tant qu'expert SAP, et à générer des opportunités qualifiées sur le long terme.

Objectifs	KPI	Atteintes moins que l'objectif
Atteindre 25 téléchargements de notre livre blanc en 2 mois	Nombre de téléchargement en 2 mois	• Changement de sujet livre blanc • Modifier le format (ex. : transformer en mini-guide, check-list ou infographie interactive) • Tester un nouveau canal de diffusion (emailing ciblé, groupes LinkedIn, webinaire) • Créer un teaser vidéo du livre blanc à publier sur LinkedIn
Atteindre un taux de conversion de 15% par mois via LinkedIn et les campagnes d'emailing	Taux de conversion global de 15%	• Changer les créneaux de publication (tester différentes heures et jours) • Ajouter plus de visuels dynamiques (vidéos courtes, carrousels) • Identifier les publications ayant bien performé pour reproduire la structure • Augmenter l'engagement en taguant des partenaires/clients dans les publications
Attirer 75 nouveaux visiteurs mensuels sur le site d'ici 2 mois	Nombre de visiteur Nombre de visiteur unique	• Créer une campagne LinkedIn Ads avec un petit budget pour booster certaines publications • Travailler le SEO des pages liées pour attirer un trafic organique complémentaire
Atteindre les 50 interactions avec la presse en ligne en 2 mois	Somme interaction presse = 50	• Lancer une campagne de mise en avant du profil ou de la page (contenus storytelling, vidéos « dans les coulisses ») • Ajouter un lien vers la page LinkedIn dans toutes les signatures d'email et newsletters



RÉFLEXION SUR LE PROJET ET COMPÉTENCES MOBILISÉES

Ce projet m'a permis de structurer et de mettre en œuvre une stratégie marketing digitale à forte valeur ajoutée pour une entreprise spécialisée dans un **secteur B2B de niche**.

OBJECTIFS PRINCIPAUX ET DÉFINITIONS

L'objectif principal était **d'améliorer la visibilité digitale de RTB Conseil**, tout en générant des leads qualifiés. Cette orientation a été définie à partir des attentes claires du client, complétées par notre analyse stratégique (SWOT, PESTEL, benchmark), qui a confirmé un déficit de notoriété malgré une forte expertise.

Les KPI ont été fixés en fonction de ces objectifs et des cibles : **téléchargements du livre blanc, trafic web, taux de conversion LinkedIn, interactions presse**.

CHOIX DES CANAUX ET OUTILS DIGITAUX

Nous avons opté pour une **stratégie multicanale** articulée autour du **site web, du SEO, de LinkedIn et de contenus premium (livre blanc, articles experts)**.

Ces choix ont été dictés par les habitudes de consommation de nos personae, tous très présents sur LinkedIn et sensibles à l'expertise démontrée par le contenu. Le refus des campagnes automatisées a été respecté pour préserver la cohérence avec le ton humain et sobre souhaité par RTB Conseil.

AFFECTATION DES RESSOURCES ET SUIVI

L'équipe a été organisée en mode **agile**, avec des rôles bien définis et un pilotage par **Trello**. Le budget a été optimisé en exploitant uniquement des outils **gratuits ou déjà disponibles (Canva, Figma, GA4, LinkedIn)**. Cette gestion rigoureuse a permis de livrer tous les livrables malgré les imprévus (retard de la charte graphique, changement de partenaire initial).

DÉFIS RENCONTRÉS ET SOLUTIONS APPORTÉES

Nous avons dû gérer un **changement de client** au début de notre parcours, ce qui a décalé l'ensemble des livrables.

Ensuite, le **retard sur la charte graphique** aurait pu bloquer la production : j'ai pris l'initiative de créer les maquettes du site pour maintenir l'avancement. Cette réactivité a été essentielle à la réussite du projet.

AJUSTEMENTS À POSTERIORI

Avec du recul, une meilleure anticipation des livrables dépendants d'autres membres de l'équipe aurait pu limiter les tensions.

De plus, le tracking des performances aurait gagné en efficacité avec un plan de taggage plus détaillé dès le départ.

COMPÉTENCES ET CONNAISSANCES RENFORCÉES

Ce projet m'a permis de consolider mes compétences en **stratégie de contenu, SEO, pilotage agile, gestion d'équipe et analyse des parcours utilisateurs**.

J'ai également appris à concilier les besoins du client avec les limites opérationnelles d'un projet en équipe, tout en gardant une vision stratégique cohérente.

CRITÈRES DE CRÉATION DES CONTENUS

Les contenus ont été pensés pour répondre aux freins et motivations de nos personae :
Rassurer sur l'expertise, expliquer (malgré une méconnaissance de notre part) le processus de conseil SAP sans vulgariser (public connaissant très bien le logiciel), et démontrer des cas concrets.

Chaque format (article, livre blanc, post LinkedIn) a été conçu pour capter l'attention, fournir de la valeur, et inciter à la prise de contact.

ANALYSE DU PARCOURS CLIENT ET PERSONNALISATION

La cartographie du Customer Journey nous a permis d'identifier des points de **friction (réactivité, peur du coût, manque de visibilité sur les offres)**. L'expérience utilisateur a été optimisée par la clarté des contenus, la fluidité du site, et une approche pédagogique mais aussi par le professionnalisme du porteur de projet.

INDICATEUR DE SATISFACTION CLIENT

Nous avons privilégié des indicateurs concrets et actionnables : taux de réponse rapide, taux de téléchargement, interactions LinkedIn, retour client qualitatif.
L'accès à GA4 et les modèles de reporting fournis permettent à RTB Conseil de continuer ce suivi après la fin du projet.

PLANIFICATION ET CONTRAINTES

Le projet a été structuré en sprints hebdomadaires, avec une adaptation constante face aux aléas. Cette organisation nous a permis de livrer un projet final complet et cohérent dans un délai contraint, en respectant les priorités du client et la cohérence globale des actions menées.



ANNEXES

SOURCE 1



Taille du marché du conseil SAP | Prévisions 2025 à 2033

La taille du marché mondial du conseil SAP est estimée à 15 milliards USD en 2024 et devrait...

 businessresearchinsights.com

SOURCE 2



SAP Trends 2024

 **TJC GROUP**

5 tendances SAP clés pour 2024 - Votre entreprise est-elle prête ?

Découvrez les 5 tendances SAP clés pour 2024 et assurez-vous que votre entreprise est prête pour l'avenir. Gardez une longueur d'avance en bénéficiant d'informations et de stratégies pour optimiser vos solutions...

 TJC Group

N°	ARTICLES	OBJECTIFS
1	Automatiser les flux EDI avec SAP : comment bien démarrer ?	Les bonnes pratiques pour automatiser vos flux EDI avec SAP. Types de messages, IDoc, mapping : tout ce qu'il faut savoir pour lancer un projet EDI performant.
2	S/4HANA : comment construire une feuille de route de migration	Pour guider les entreprises qui savent qu'elles doivent migrer, mais ne savent pas par où commencer. Contenu téléchargeable : check-list.
3	ERP et gouvernance des données : les erreurs à ne pas commettre	Article orienté "métier", parfait pour attirer les DAF ou responsables qualité. Possibilité de lier à l'audit de données proposé par RTB Conseil.
4	EDI + SAP : 5 flux à automatiser en priorité en 2025	Un top concret basé sur ton expérience, avec des exemples réels (ORDERS, INVOIC, etc.). Très bon pour le SEO et la conversion.
5	SAP dans l'industrie : 3 cas d'usage concrets en environnement multi-filiales	Cas pratiques + storytelling : idéal pour la cible agro/cosmétique/US-Canada que tu maîtrises.
6	SAP pour les PME : est-ce une fausse bonne idée ?	Décryptage des vrais enjeux pour les PME : budget, ROI, structuration. Un bon moyen de rassurer les ETI en phase de réflexion.
7	Personnalisation vs standard SAP : où est le vrai gain ?	Article comparatif pour aider les entreprises à arbitrer entre développement spécifique et best practices standards.
8	SAP et architecture hybride : comment connecter votre ERP aux outils cloud (Salesforce, Boomi, etc.)	Sujet technique mais stratégique. Tu peux y intégrer ton expertise EDI + Boomi + API + intégration multi-outils.
9	SAP : quelles évolutions avec S/4HANA ?	Focus sur la finance. Très recherché par les DAF qui veulent comprendre les impacts sur leur quotidien et leurs équipes.
10	SAP et intégration EDI : quel rôle pour vos partenaires externes ?	Article orienté partenaires logistiques, clients, fournisseurs. Utile pour expliquer la chaîne complète d'un flux EDI.

LIVRE BLANC



RTB Conseil

CONSULTANT SAP

SAP S/4HANA : POURQUOI MIGRER ?

La fin programmée du support standard de **SAP ECC** en **2027** (prolongé jusqu'en 2030 sous conditions) pousse les entreprises à réévaluer leur stratégie **ERP**. Beaucoup hésitent encore à migrer vers **SAP S/4HANA**, par manque de visibilité sur les bénéfices, les coûts, ou la complexité du changement.

Chez **RTB Conseil**, nous pensons que migrer n'est pas une contrainte technique, mais une **opportunité stratégique majeure**.

Ce livre blanc vous donne les clés pour comprendre les **avantages réels de S/4HANA**, comparer avec **ECC**, et estimer le retour sur investissement à différents horizons.

SAP ECC vs SAP S/4HANA

LE COMPARATIF CLÉ

Critère	SAP ECC	SAP S/4HANA
Base de données	Any DB (Oracle, DB2...)	SAP HANA
Interface	SAP GUI	Fiori (UX moderne, responsive)
Temps de traitement	Traitement par lots	Temps réel / instantané
Flexibilité	Moins agile	Architecture modulaire & API-first
Reporting	Tiers extérieur requis (BW, BO)	Reporting embarqué en temps réel
Maintenance	Support jusqu'en 2027-2030	Feuille de route long terme assurée

S/4HANA n'est pas une simple mise à jour d'ECC, mais une refonte de l'approche SAP orientée performance, réactivité et modernité.

LES ENJEUX DE LA MODERNISATION

01. PERFORMANCES ET TEMPS RÉEL

La base de données HANA permet de traiter des millions d'opérations en temps réel, améliorant la réactivité des directions finance, achats ou supply chain.

02. SIMPLIFICATION DU SYSTÈME D'INFORMATION

Moins de couches techniques, moins de dépendance à des solutions tierces, un design de processus plus clair et modulable.

03. UX ET ADOPTION

L'interface Fiori est adaptée aux usages modernes : responsive, intuitive, centrée sur les rôles utilisateurs.

04. CONFORMITÉ ET RÉGLEMENTATION

S/4HANA intègre des outils de suivi, de compliance (ex : IFRS, RGPD) et de contrôle adaptés aux exigences actuelles.

ROI À COURT, MOYEN ET LONG TERME

COURT TERME (6-12 mois)

- Amélioration des temps de traitement
- Réduction du coût de maintenance ECC
- Uniformisation des données et accès rapide au reporting

MOYEN TERME (12-24 mois)

- Gains de productivité grâce à l'automatisation
- Amélioration de la satisfaction utilisateur (UX)
- Moins de dépendance aux développements custom

LONG TERME (2-5 ans)

- Adaptabilité aux changements business (fusion, internationalisation)
- Coût total de possession (TCO) réduit
- Compétitivité accrue par l'exploitation des données en temps réel

“Migrer vers S/4HANA, c'est réduire les frictions internes et construire un ERP prêt pour l'avenir.”



COMMENT S'Y PRÉPARER ?

01. AUDITER VOTRE ENVIRONNEMENT SAP ACTUEL

02. DÉFINITION D'UNE FEUILLE DE ROUTE DE MIGRATION PERSONNALISÉE

03. IDENTIFICATION DES QUICK WINS ET DES POINTS SENSIBLES

04. ACCOMPAGNEMENT AU CHANGEMENT ET FORMATION DES UTILISATEURS

CONCLUSION

La migration vers SAP S/4HANA est inéluctable pour les entreprises souhaitant pérenniser leur système d'information et répondre aux exigences d'agilité, de conformité et de performance.

Plutôt qu'un saut dans l'inconnu, **RTB Conseil** transforme ce virage en levier de modernisation créatrice de valeur.

Contactez-nous pour une pré-analyse gratuite de votre roadmap S/4HANA.

CONTACT

Vous avez une question, un projet en réflexion ou besoin d'un premier échange sur SAP ?



Nous sommes à votre écoute.

Notre équipe vous accompagne dans toutes les étapes de vos projets ERP : audit, migration vers S/4HANA, automatisation des flux EDI, optimisation de vos processus SAP ou maintenance évolutive.



contact@rtbconseil.com



LinkedIn : @RomainTDB



www.rtbconseil.com

RTB CONSEIL

DOSSIER DE PRESSE



Mot d'introduction

Face à la complexité croissante des outils ERP et aux enjeux de transformation numérique, RTB Conseil s'impose comme un acteur agile et expert, spécialisé dans l'accompagnement personnalisé autour de SAP. Le marché du conseil SAP est souvent dominé par de grandes structures. Pourtant, de nombreuses entreprises recherchent un accompagnement plus proche, plus compréhensible, et mieux adapté à leurs réalités opérationnelles. RTB Conseil répond à cette demande croissante avec une offre experte et personnalisée.

Le fondateur : Romain Turquet de Beauregard

Fondé par Romain Turquet de Beauregard en 2020, le cabinet se distingue par son approche humaine, pédagogique et orientée résultat. Consultant SAP depuis plus de 10 ans, il a accompagné des directions financières et des chefs de projets dans des grands groupes. Il crée RTB Conseil pour offrir un service sur mesure et de qualité, centré sur les résultats opérationnels.

« Mon objectif : Permettre aux entreprises de déployer leur plein potentiel, grâce à un accompagnement sur mesure, à l'écoute de vos besoins. »

Contexte

Dans un désir de donner une identité visuelle à RTB Conseil, permettant d'apporter davantage de visibilité à son entreprise, Romain Turquet de Beauregard décide de faire appel à un groupe d'étudiant pour l'accompagner dans cette démarche.

Objectifs

Le branding mis en place dans le cadre de ce projet a pour but de positionner RTB Conseil comme une marque experte, accessible et humaine dans l'écosystème complexe et peu accessible du conseil SAP. Il s'inscrit dans une démarche stratégique menée en collaboration avec quatre étudiants de l'école My Digital School dans les filières suivantes : Bachelor Marketing / Digitale / Développement Web / Création Numérique, dans le cadre du projet pédagogique My Digital Project.

Cette initiative a permis d'associer compétences académiques, regard neuf et approche professionnelle, pour concevoir une identité de marque différenciante, à travers :

- Le personal branding du fondateur, incarnant l'expertise technique et la proximité
- Une présence ciblée sur LinkedIn, adaptée aux décideurs B2B
- Une stratégie de communication centrée sur la valeur client, l'accompagnement et la transparence.

Ce branding collaboratif répond à quatre objectifs clés :

- Se différencier des grands cabinets de conseil SAP en adoptant un ton plus humain.
- Renforcer la notoriété de RTB Conseil grâce à des actions de communication structurées et cohérentes.
- Créer un lien de confiance avec les prospects via des contenus utiles et incarnés.
- Offrir aux étudiants une expérience concrète de développement de marque en situation réelle, au bénéfice d'une entreprise existante.

Ce projet incarne ainsi l'alliance entre l'enseignement supérieur, la créativité étudiante et les besoins concrets d'une entreprise de niche, pour un résultat à forte valeur ajoutée, à la fois stratégique et opérationnel.

CHARTE GRAPHIQUE



#24A198

TYPOGRAPHIE :

#F39200

MONSERRAT
monserrat

#39B3EB

Pourquoi RTB Conseil se démarque ?

- Hyper-spécialisation SAP : FI/CO, S/4HANA, projets de migration, automatisation des flux.
- Format flexible et accessible : prestations à la carte, audit flash, coaching utilisateur.
- Contenus à forte valeur ajoutée : vidéos explicatives, articles spécialisés, livre blanc téléchargeable.
- Positionnement hybride : expertise de grand cabinet avec l'agilité d'un indépendant.

Pourquoi RTB Conseil se distingue ?

- Une approche personnalisée et pragmatique, centrée sur les problématiques métiers réelles.
- Un contenu expert accessible : vidéos pédagogiques, livre blanc, articles ciblés.
- Une présence active sur LinkedIn.

Ils ont fait confiance à RTB Conseil

L'OCCITANE
EN PROVENCE

Famille Michaud
APICULTEURS DEPUIS 1920

SODIALAL
Coopérative Laitière Française



NAOS

Lindt



L'ORÉAL

Témoignages Clients

Emilie P

« Romain a toujours su proposer des solutions adaptées et alignées avec les besoins opérationnels de l'entreprise. Il ne se contente pas de résoudre des problèmes techniques, mais prend également le temps d'appréhender les défis spécifiques auxquels nous faisons face sur le terrain, apportant ainsi une vision stratégique et une approche pragmatique à chaque projet. »

Pierre L

« Romain possède une expertise approfondie dans les divers modules de SAP, et son expérience multisectorielle lui permet d'adapter les solutions aux besoins spécifiques de chaque industrie. Il est un consultant SAP compétent et dévoué, dont le professionnalisme et l'expertise apportent une réelle valeur ajoutée à tout projet et une réelle satisfaction client. »

Antoine S

« Nous avons eu l'opportunité d'être accompagnés par Romain, en tant que consultant, sur la mise en place de SAP dans notre filiale Amérique du Nord (projet mené en anglais et en français). La qualité de son relationnel et sa bonne humeur permanente font de Romain une personne très agréable avec qui travailler. Pédagogue, il a su donner confiance aux utilisateurs finaux pour appréhender sereinement l'outil. Force de proposition, problem solving et orienté business, ce fut un réel plaisir de travailler avec Romain! Un grand merci ! »

Supports Presse

Livre blanc
Articles experts
(Disponible sur le site)

Contact et ressources

Site web : www.rtbconseil.com
LinkedIn : @RomainTDB
Email presse : presse@rtbconseil.com
Téléchargement du livre blanc : disponible sur demande