



DOSSIER Cross-canal

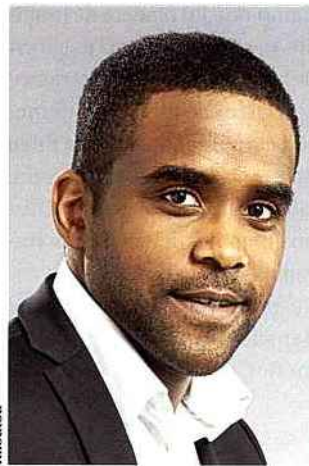
# Ces hommes qui incarnent la transformation digitale du négoce

## 3. **Kiloutou** Florent Nosel répond à la « nouvelle façon de consommer » des clients

En intégrant le 4<sup>e</sup> loueur européen en tant que directeur e-commerce en 2011, Florent Nosel a rejoint, selon ses mots, « un groupe précurseur » dans un secteur du B to B où l'on relevait alors encore peu d'initiatives. Passé par l'ESC Rouen, il fait ses classes dans le domaine du digital via l'entrepreneuriat. Familier du B to B, il devient directeur des portails Internet et de l'innovation du groupe batiweb.com en 2009, avec pour mission de créer et de maintenir la cohésion entre les services marketing, technique et rédactionnel. Deux ans plus tard, Kiloutou le recrute.

« Mon embauche correspond à une tendance forte dans la distribution B to B, qui consiste à chercher un profil de compétence digitale pour l'intégrer à

l'expertise "retail", analyse-t-il. Depuis, le paysage digital de Kiloutou s'est considérablement enrichi : la marketplace, outil de location en temps réel, le partage de conseils et d'expériences avec Wikimat, l'appli mobile de Kiloutou, l'extranet clients ou encore Devis-travaux, un site qui permet aux pros de trouver des chantiers proches de leur zone d'exercice. « Mes missions s'articulent autour de trois axes, détaille le directeur e-commerce et digital de Kiloutou. D'abord, j'exerce une veille permanente et transversale sur les tendances, les évolutions et les nouvelles technologies, afin de surveiller les fonctionnalités et les usages digitaux à destination des clients. Mais l'orientation que je donne vient d'abord des besoins des utilisateurs eux-



Kiloutou

Florent Nosel, directeur e-commerce et digital de Kiloutou.

**« Je reste en veille permanente pour capter les signaux. »**

mêmes, tout en tenant compte des besoins des services internes (RH, logistique...). Enfin, je propose une feuille de route avec une méthodologie "itérative" qui permet d'élaborer, pas à pas, chaque étape de ce processus digital. »

Selon lui, l'objectif central des missions du digital est de délivrer la bonne information au bon moment et au bon destinataire : « Cela s'inscrit tout simplement dans un processus de création de valeur pour l'entreprise. » De la veille à l'accompagnement en passant par la mise en place et l'exécution, Florent Nosel pilote la stratégie digitale du loueur, qui répond avant tout à « la nouvelle façon de consommer de nos clients ». Avec une obsession qui ne le quitte pas : « Rester en veille pour capter les signaux ». • **L.D.**