

Trois questions à Octavie Gosselin, VP Mirakl Ads

Chaque semaine, Maddy + vous propose de découvrir le quotidien d'un collaborateur clé au sein d'une startup, d'un grand groupe ou encore d'un fonds d'investissement. Cette semaine, Octavie Gosselin, vice-présidente Mirakl Ads a accepté de nous partager son quotidien.

Temps de lecture : minute

3 juin 2024

Après avoir été, pendant presque 3 ans, chief of staff de Philippe Corrot, cofondateur et directeur général de Mirakl, Octavie Gosselin retrouve le management en devenant vice-présidente de Mirakl Ads, la solution de retail media dédiée au e-commerce développée par la licorne.

Avec ce nouveau produit, Mirakl diversifie ses activités. Le retail media, c'est un pas de côté comparé aux activités historiques de Mirakl. Mirakl Ads, c'est un peu "*une startup dans la scaleup*". Octavie Gosselin fait donc des RH, du développement et de la relation client, du produit, de la stratégie... Et évidemment du management. Au milieu de tout cela, la VP garde un œil sur le marché pour d'éventuelles futures acquisitions.

Maddyness : Quelles sont les différences et les points communs entre le rôle de chief of staff et votre rôle de VP ?

D'abord, il y a la stratégie. Comme chief of staff, j'étais impliquée dans toute la mise en place de la stratégie et son développement à court, moyen et long terme. Dans le cadre de Mirakl Ads, je retrouve cette dimension à une échelle plus petite.

Il y a aussi l'aspect collaboratif : avec l'équipe de Mirakl Ads, nous avons la chance de pouvoir s'appuyer sur le socle existant de Mirakl. Je vais retrouver cette collaboration avec les équipes légales, finances, etc.

La plus grande différence est le management que j'endosse dans le rôle de VP, totalement absent dans la fonction de chief of staff. C'est un côté que j'aime beaucoup.

Je suis aussi beaucoup plus face aux clients et aux prospects. J'ai des réunions quasiment tous les jours. Je présente également Mirakl Ads dans des conférences.

C'est quoi être VP au sein de Mirakl aujourd'hui ? Quelles sont les trois grandes lignes conductrices de votre rôle ?

C'est honnêtement passionnant parce qu'il y a énormément à construire. C'est un poste qui est aussi bien côté prospect que côté client existant, côté management et stratégie. C'est passionnant, intense et exigeant. Aujourd'hui, la principale caractéristique de ce poste, c'est que je mène toute la partie go-to-market de notre solution Retail Media.

Un autre challenge, c'est la vitesse à laquelle l'équipe grossit. Quand je suis arrivée nous étions trois ou quatre. Aujourd'hui, nous sommes plus de vingt et à la fin de l'année, nous serons beaucoup plus.

Là, il y a plusieurs enjeux : non seulement les enjeux de recrutement et le fait de retenir des talents qui adhèrent à l'esprit entrepreneurial et aux valeurs de Mirakl. Je dédie beaucoup de temps à cela. C'est un des gros enjeux auxquels je fais face. C'est très important pour moi. Puis, bien onboarder chacun, que chacun se forme et se sente soutenu.

Quelle est votre journée type chez Mirakl ?

Il y a quatre grands piliers. Dans mon agenda, je mets des couleurs pour

chacun de ces piliers pour être sûre que j'associe assez de temps à chacun dans ma semaine.

Il y a les clients existants, des meetings avec eux pour voir s'ils sont contents, identifier des axes d'amélioration, leur proposer toujours des nouveaux produits, réfléchir ensemble sur la stratégie.

Après, il y a le côté "sales". Aller voir des potentiels clients, des prospects, pitcher Mirakl Ads et notre proposition de valeur, co-construire avec eux leur programme retail média.

Le troisième pilier, c'est la partie stratégie, partenariats et potentielles acquisitions. Là, il y a du brainstorming. Je consolide des feedbacks de clients, des feedbacks côté sales. On regarde toujours quelles pourraient être les cibles intéressantes pour Mirakl Ads. Le retail media est un écosystème assez large, il faut rester ouvert à l'ensemble de cet écosystème pour saisir les opportunités et accélérer la croissance.

Et enfin, manager l'équipe. Faire en sorte que l'équipe fonctionne bien !



À lire aussi

Trois questions à Thibaud Elzière, fondateur d'Hexa



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Aurélie Pasquier