



Hello ,

Cette année, on vous le souhaite tôt ! Toute la tribe Product Marketing de Thiga vous souhaite une belle année de réussite dans le monde du Product !

La newsletter One team, one dream attaque cette nouvelle année avec beaucoup d'énergie et est prête à vous accompagner sur le sujet du Product Marketing 🔥

Au programme du jour :

📄 Le mémo de la tribe : Vous êtes premier PMM dans une entreprise ? Ce mois-ci, on vous partage nos best practices pour avoir de nombreux impacts.

🔍 Décryptage : Fin décembre, on a organisé un événement sur l'Intelligence Artificielle chez Thiga et l'une des conférences mentionnait le rôle du PMM sur ce sujet, on vous fait un récap.

🎧 Culture PMM : La série Tech Me Home, vous en avez déjà sûrement entendu parler ! Découvrez ou redécouvrez les portraits de deux Product Marketers leaders.

C'est l'édition #13 de **One team, one dream** et ça commence maintenant !

Bonne lecture 😊



Chloé, Product Marketing Manager

📄 Comment avoir de l'impact en tant que premier PMM ?

C'est pour bientôt ?!

Vous arrivez prochainement dans une entreprise et vous êtes le tout premier Product Marketer, quel challenge ! Il faut très rapidement réussir à trouver sa place, à faire comprendre aux équipes sa valeur ajoutée et surtout à montrer son impact.

Pour vous aider, voici quelques pistes :

1️⃣ Évangéliser son rôle !

Vos nouveaux collaborateurs ne connaîtront peut-être pas le métier, au vu des résultats LPC, il y a de grandes chances. L'objectif est d'intégrer les équipes pour comprendre les besoins et problématiques de celles-ci.

👉 Lors de vos rencontres avec les différentes équipes, préparez un discours sur votre place au sein de l'organisation et de vos prochaines missions.

2️⃣ Cartographier les parties prenantes

Pour une bonne intégration, il est important d'identifier les rôles et responsabilités de chacun et comprendre les interactions que vous aurez avec eux. Ça sera d'ailleurs le moment d'être à l'écoute des pains et besoins afin d'identifier vos prochains impacts.

3️⃣ Adapter son discours en fonction des interlocuteurs

Comprendre et utiliser le jargon de chaque équipe ne peut que renforcer votre intégration et votre compréhension des problématiques du moment.

👉 Évitez l'utilisation d'un jargon trop "Produit" avec certaines équipes. N'hésitez pas à prendre le temps d'échanger avec d'autres fonctions et pourquoi pas même à faire du shadowing lors de calls commerciaux ou assister à des rituels.

4️⃣ Se concentrer sur des sujets existants à fort impact

Quand on arrive en tant que premier PMM, il y a de fortes chances pour qu'il y ait beaucoup à faire et nous connaissant, on aime toucher à tout ! Mais rappelez-vous : **PRIORISER** ! Repartez des objectifs de l'entreprise. En avoir bonne connaissance permet de hiérarchiser ses efforts et concentrer ses ressources sur les initiatives les plus cruciales.

👉 Vous pouvez même déjà commencer à prioriser vos actions lors de vos dernières étapes d'entretien d'embauche, c'est-à-dire poser ce style de question : Dans quels enjeux de l'entreprise le poste s'inscrit-il ? Suite à l'onboarding, quels sont les impacts attendus ?

5️⃣ **Comblent les dettes de connaissances des équipes** Pendant nos missions, nous l'avons beaucoup remarqué, mais il peut y avoir un réel manque d'alignement des informations ! Que ce soit côté produit, marché, utilisateurs ou buyers, une bonne base de connaissances est essentielle pour toute action ou prise de décisions.

👉 Identifiez les lacunes au sein des équipes et rassemblez les informations qui peuvent être exploitées par l'ensemble des équipes, ils vous diront merci !

Pour aller plus loin, on vous conseille d'écouter l'épisode d'[Hortense](#), invitée sur le podcast [Product Market Stories](#) qui vous donne toutes les billes pour réussir sa prise de poste en tant que premier PMM.



Écouter le podcast

🔍 Décryptage : Le rôle du PMM dans une stratégie IA

Fin Décembre, on a organisé un événement sur l'Intelligence Artificielle chez Thiga - celui-là il était juste pour nous 🍷

On a eu la chance de recevoir des speakers d'exception, dont [Alexandre Grux](#) et [Romain Vial](#), respectivement CPO et Head of Data chez Dilitrust. Ils nous ont partagé 10 ans de construction de produits basés sur l'IA. Leur retour d'expérience était très riche : gestion de la performance des algorithmes, impacts sur l'expérience utilisateur et... gros enjeux de compréhension du client et communication de la proposition de valeur !

On s'est dit que ce serait sympa de vous partager leurs enseignements, alors sans plus attendre, voici les **3 points clés à retenir** :

1️⃣ Alimenter l'équipe Produit en use cases

Lorsqu'ils ont lancé la première version de leur produit, Alexandre nous explique : "on pensait qu'il fallait qu'on identifie un premier use case produit, et que les suivants viendraient naturellement de nos clients." Eh bien, force est de constater que ça n'est jamais arrivé ! Les clients attendent qu'on leur explique à quoi va servir la solution, ce n'est pas eux qui vont donner les réponses eux-mêmes.

Alexandre nous explique ainsi qu'avoir un Product Marketing Manager pour identifier tous les use cases auxquels une fonctionnalité peut répondre est plus qu'utile, mais aussi pour identifier des use cases à adresser.

2️⃣ Le bénéfice, plus important que la feature

Au démarrage de l'entreprise, la communication du Produit était centrée sur l'IA. Si le sujet attire les curieux, notamment dans des démos produits ou autres étapes d'avant-vente, cela ne permet pas de convertir des clients.

Rapidement, Alexandre s'est rendu compte qu'il fallait centrer le discours sur l'outcome : l'IA c'est bien, mais expliquer pour quoi, c'est mieux !

3️⃣ La technologie reste un élément important pour valoriser le Produit

Pour autant, il ne faut pas effacer complètement la technologie du discours Marketing du Produit. C'est en effet un axe de communication fort, surtout dans le contexte actuel où de nouvelles technologies émergent sans cesse et chaque concurrent en profite pour communiquer dessus. A trop négliger la notion d'Intelligence Artificielle, on perd en crédibilité auprès de ses clients.

Le témoignage d'Alexandre a rappelé l'importance de mettre en avant le bénéfice pour le client, à l'instar du succès marketing de Dyson. En tant que Product Marketing Manager, il est essentiel de valoriser non seulement les fonctionnalités, mais aussi les éléments différenciants tels que la propriété technologique, les services complémentaires et la communauté de marque.

👉 **Quelques idées de stratégies pour les produits basés sur l'IA :**

- **Assurez-vous de communiquer en premier le bénéfice apporté par le produit** (ce que le client va gagner : automatiser un processus pour gagner en fiabilité...) et de spécifier pour quels use cases (dans quelles circonstances ce bénéfice est utile ; par exemple, quels processus peuvent être automatisés).
- **Créez des contenus sur votre technologie** : page spécifique sur votre site internet, vidéo de vulgarisation... et poussez-les au bon moment dans votre parcours client.
- **Utilisez les nouveautés technologiques pour communiquer en externe** : PR, réseaux sociaux, ne vous privez pas de briller auprès des curieux et de valoriser l'impact des nouveautés technologiques (amélioration de la fiabilité, rapidité).

🎧 Culture PMM : deux mini portraits de Product Marketers leaders

Besoin d'inspiration en ce début d'année ? On ne peut alors que vous recommander la mini-série Tech Me Home 🍷

Ils-elles sont CPO, VP Design, Head of PMM ou CTO pour Back Market, Decathlon, Yousign ou Chanel. Vous lisez leurs articles, regardez leurs conférences ou écoutez leurs interviews dans des podcasts, mais connaissez-vous vraiment ces leaders ?

Tech Me Home lève le voile sur leur parcours professionnel, mais aussi leur personnalité. 100% d'inspi pour grandir en Produit ! Côté PMM, vous pouvez retrouver deux interviews :

[Marion Ravut](#), Head of PMM chez Yousign

[Theresa Gschwandtner](#), Head of PMM chez Qonto.



Regarder l'épisode



Regarder l'épisode



Ouvrez la porte du succès : découvrez "Les Clés du Product Management" ! 🔍

Que vous soyez néophyte ou expert en Product Management, ce livre est fait pour vous ! Vous y trouverez toutes les méthodes et stratégies pour réussir vos produits numériques.

Cette discipline est fondamentale pour toutes les entreprises en digital au cœur de leur stratégie : nous vous en donnons les clés !

Télécharger le livre

Vous êtes encore plus curieux sur le Product Marketing ? Nous avons déjà écrit 18 contenus sur le sujet que vous pouvez retrouver sur le [média de Thiga](#), la plateforme qui regroupe plus de 500 contenus et cumule 25 000 lecteurs mensuels.

Cette édition de **One team, one dream** touche à sa fin.

On vous dit donc à très vite pour l'édition #14 et d'ici là, prenez soin de vous !

La tribe PMM

