

Franck RAFFIN

Parcours atypique

Du métier de photographe au leadership digital



1997, de la photo lycéenne à la photo publicitaire

Passionné dès l'adolescence par la photographie, Franck RAFFIN se donne les moyens de vivre de sa passion et s'oriente vers un Bac professionnel dans ce domaine. Il fait ses premières armes dans la photographie lycéenne, où il est très apprécié. Il se voit proposer un CDI, ce qui est rare dans la fonction. Il décide de décliner malgré l'offre et de se tourner vers la photographie publicitaire, les reportages et les photos de mariage haut de gamme afin de développer de nouvelles compétences. A la suite d'un appel d'offre européen, il est embauché par une société monégasque à haut niveau d'exigence, tant sur le plan artistique que sur le plan de la confidentialité.

2001, de l'intelligence économique salariale à entrepreneur

Franck revient dans sa région d'origine et intègre une société tourangelle spécialisée dans des enquêtes nationales et internationales d'intelligences économiques et plus confidentielles. Un an plus tard, il se positionne dans les trois premiers de cette société tant dans la rapidité d'exécution que dans la qualité de l'information obtenue. Franck crée alors sa société FRANCKLIN STRATEGY à Paris en 2003. Son activité se développe et il acquiert l'autonomie qui lui laisse la possibilité de faire ses propres choix. Mais Franck RAFFIN décide de revenir à sa passion première, la photographie pour concilier sa vie professionnelle avec sa vie familiale.

2010, stratégie disruptive dans la photographie

Faisant sienne la philosophie de Winston Churchill, « *Un pessimiste voit la difficulté dans chaque opportunité, un optimiste voit l'opportunité dans chaque difficulté.* », Franck RAFFIN transforme la contrainte familiale en nouvelle perspective. Il revient alors à la photographie en suivant sa compagne dans la région nantaise. En tête la perspective de devenir responsable commercial dans la photographie publicitaire. Il révolutionne les pratiques dans ce domaine de façon disruptive (photographie 3D). Il double le CA en deux ans, au point que l'entreprise est rachetée par un concurrent. Ne visualisant pas son avenir professionnel dans ce nouveau contexte, il quitte l'aventure avec une transaction de départ.

2012, ENTREPRENDRE dans le e-commerce

Après un constat faisant office de diagnostic entrepreneurial en tant que simple consommateur, du manque de disponibilité des consommables et accessoires pour aspirateur, Franck identifie ce marché de niche et lance son site de E-commerce en 2012. Dès 2017, il devient leader français sur le web dans son domaine avec une équipe de 4 personnes. Il propose plus de 150 000 produits et compte plus de 900 000 clients particuliers à ce jour dont 40 000 entreprises. En 2020, le confinement dû à la pandémie internationale influence son activité : ses commandes de 300/jour deviennent 1200 commandes/jour. Fin 2020, il obtient la note de 9,3/10 sur avis vérifiés, + de 31 000, avis Normes certifiés AFNOR. Google lui octroie la mention de Leader de son Marché.