

Rencontrez l'équipe d'ECHOtape – Steve Underhill



Howard Schultz, fondateur et PDG de Starbucks, a dit une phrase célèbre :

“Nous ne sommes pas dans le commerce du café au service des gens, mais dans le commerce des gens au service du café”.

Chez ECHOtape, nous pensons exactement la même chose... nous sommes une entreprise humaine qui vend des bandes. Et personne ne le comprend mieux que [Steve Underhill](#). Cet homme de 44 ans au tempérament léger a littéralement grandi avec l'entreprise, en commençant par un jeune homme de 21 ans, fanfaron mais sans expérience, pour devenir un chef d'équipe stable et compétent, un ambassadeur de la marque et un mari et père dévoué de quatre enfants, Corey et Taylor, et de deux animaux à quatre pattes, Lizzie et Ozzy. Pendant plus de deux décennies, Steve s'est efforcé de créer des liens profonds avec des centaines de personnes à travers l'Amérique du Nord, et c'est ce qui est responsable de la transformation d'ECHOtape en l'expérience que nous connaissons aujourd'hui.

Steve Underhill, coordinateur des ventes et du marketing

23 ans chez [ECHOtape](#)

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans votre travail ? Les gens. Il y a une telle atmosphère familiale ici, et on ne

s'ennuie jamais. Je suis toujours en train d'apprendre de nouvelles choses et de rencontrer de nouvelles personnes dans différents secteurs, non seulement au niveau local, mais aussi dans le monde entier.

Quelles leçons votre vie professionnelle vous a-t-elle enseignées ? Beaucoup de choses comme la patience, la compréhension, l'organisation et la polyvalence, la capacité à résoudre les problèmes et à transformer les points négatifs en points positifs.

Quelle est l'une de vos histoires/expériences préférées dans votre vie professionnelle ? C'était l'un de mes tout premiers voyages en voiture... Je venais de prendre ma plus grosse commande à ce jour avec un grand conglomérat alimentaire, mais lorsque je suis retourné au bureau le lendemain, le vice-président a demandé à me voir dans son bureau immédiatement. Mon cœur s'est effondré. *'Oh non, qu'est-ce que j'ai fait ?* Mike dit : "Je viens de recevoir une remarque du président d'un de nos concurrents sur le prix que vous avez proposé. Quel était ce prix exactement ?" Heureusement, Mike avait un sourire sur son visage, alors je savais que je n'avais pas de gros problèmes, mais à peu près au milieu de notre discussion, Stanley Edelstein – le président de la société ! – est entré. Nous lui avons raconté l'histoire et, après une courte pause, il nous a dit : "Alors, jusqu'où devons-nous descendre pour conserver l'entreprise ? J'ai alors su que je faisais partie d'une équipe remarquable. Stanley a toujours su comment retourner une situation avec juste quelques mots. Il ne se passe pas un seul jour sans que nous nous en remettions à sa

sagesse pour nous améliorer dans ce que nous faisons.

Quelle est la chose que vous avez toujours voulu savoir sur ECHOtape, mais que vous n'avez jamais demandée ? Avec 23 ans d'expérience, il n'y a pas grand-chose que je ne sache pas sur ECHOtape, mais je ne sais toujours pas comment Carol et tous les employés de la réception font pour ne pas céder à la pression ! Des centaines d'appels arrivent toute la journée, tous les jours, voire des dizaines à la fois, et personne n'a encore jeté un téléphone par la fenêtre. Je ne sais pas comment ils font ! Quel est le secret ? !

Quelle est la demande ou le projet le plus intéressant sur lequel vous avez travaillé pour un client ? J'ai récemment reçu un appel d'un magasin d'armes ou d'un champ de tir aux États-Unis qui cherchait du ruban adhésif Kraft découpé à l'emporte-pièce pour recouvrir les trous de balles dans des panneaux de cibles ondulés. Ils peuvent ainsi réutiliser la cible plusieurs fois avant de devoir la jeter. Ce n'est pas la demande en elle-même qui était unique, c'est le fait qu'il passe à travers **plusieurs millions** par an, et qu'ils utilisent également plusieurs millions de languettes colorées pour identifier les cibles lors des exercices de sensibilisation. C'est comme ces scènes d'entraînement à l'action que l'on voit dans les films où les stagiaires doivent identifier les panneaux qui apparaissent comme étant soit des bons citoyens, soit des méchants... C'était un projet cool !