



Réinventer son business model et réussir sa transformation commerciale

Se réinventer pour s'adapter au « monde d'après »

Les entreprises ont fait face dans l'urgence à la crise sanitaire pour préserver au mieux leurs activités. Elles sont en train de redémarrer. Mais il leur faut maintenant aussi se préparer à se réinventer pour le « monde d'après » :

- Les comportements vont changer avec la réduction des interactions physiques au profit des interactions à distance et digitales, stimulant le commerce électronique et le télétravail.
- L'économie et les entreprises vont être touchées de manière très différente selon les secteurs d'activité ; la concurrence va évoluer ; les chaînes d'approvisionnement et de valeur vont être modifiées pour viser un nouvel équilibre sécurité / performance.
- La transition écologique va devenir un enjeu critique et va modifier de nombreux comportements ; les cadres réglementaires vont évoluer et les politiques industrielles nationales et européennes vont être remaniées.

Tous ces changements vont profondément affecter les entreprises, en particulier par les besoins et comportements de leurs clients. Ils vont nécessiter des adaptations plus ou moins radicales de la proposition de valeur et du business-model, et la transformation des activités commerciales – ventes, marketing et relation clients.

Il y a urgence : il s'agit de rester dans le marché.

Définir et conduire une transformation agile

Nous avons la conviction que réussir ces adaptations nécessite de mener une transformation agile qui implique de :

- **Elaborer des scénarios et partir des clients pour redéfinir la proposition de valeur**
Développer plusieurs scénarios d'évolution ou de rupture de l'environnement est indispensable : le futur est aujourd'hui moins certain que d'habitude. Comprendre les attentes et comportements futurs des clients est critique et les signaux faibles provenant du terrain sont particulièrement utiles pour y parvenir. C'est sur cette base que les options d'évolution de la proposition de valeur – produit, service ou expérience – peuvent être identifiées.
- **Prendre des paris, expérimenter et développer son agilité**
L'enjeu est alors de sélectionner ces options, de prendre des décisions, d'oser faire des paris et de mesurer les risques en fonction des scénarios. Mener des expérimentations donnant des résultats rapides permet de confirmer ou d'infirmer certaines options. Et développer une bonne agilité est indispensable pour suivre plusieurs options en parallèle et être en mesure d'investir dans les nouvelles opportunités.
- **Engager ou accélérer la transformation digitale et commerciale (grand public)**
Sur les marchés grand public (B2C), les nouvelles propositions de valeur vont être incontestablement encore plus digitales. Ce qui implique de mettre en œuvre des stratégies de plateformes hybrides combinant physique et digital, d'intégrer l'ensemble des canaux numériques d'interaction avec les clients et de tirer parti des outils d'automatisation et d'intelligence artificielle. Et, dans ce cadre, de simplifier les processus de bout en bout, pour maximiser la flexibilité et optimiser l'expérience client.
- **Transformer l'organisation commerciale (entreprises)**
Sur les marchés entreprises (B2B), il est essentiel de bien valider les cibles prioritaires. Puis de transformer l'organisation commerciale – compétences, management, process, outils – pour la mettre en cohérence avec les cibles et les offres. Substituer le face à face par une relation avec les clients à distance et digitale, moins longue mais plus fréquente et surtout plus pertinente est l'un des défis à relever. Seule une forte intimité avec les clients permet de co-construire avec succès les futures offres.



PremiumPeers, votre partenaire dans cette transformation

PremiumPeers vous apporte ressources et savoir-faire pour accélérer la définition et l'exécution de votre transformation.

Un accompagnement structuré

PremiumPeers vous accompagne à chaque étape : diagnostic et plan d'action, redéfinition des propositions de valeur et conduite de la transformation. Nos modes d'intervention vont de l'apport d'expertise et du support aux projets jusqu'à la direction de projets complexes et au management de transition.

Nous constituons des équipes pluridisciplinaires et modulables en fonction de votre contexte et de vos besoins qui interviennent en présence ou à distance. Nous assurons un support méthodologique structuré avec des outils innovants et un accompagnement humain basé sur des méthodes éprouvées sur le terrain.

Quels bénéfices pour vos équipes et l'atteinte de vos objectifs ?

Vous disposez ainsi des compétences d'analyse et de stratégie pour établir votre diagnostic et construire vos plans d'action. Vous accédez à une expertise pertinente en vente, marketing, expérience client et digital.

Vous pouvez ainsi mettre en œuvre une approche globale associant différentes expertises fonctionnelles et hauteurs de vue, de la stratégie aux opérations. Vous augmentez l'adhésion de vos équipes pour réussir la transformation et développez leur compétence pour assurer leur autonomie pour l'« après-projet ».



L'expérience de nos consultants et managers de transition

Les 600 membres qualifiés de PremiumPeers ont mené plusieurs centaines de projets de transformation. Ils sont experts dans le développement et de la mise en œuvre de stratégies commerciales et industrielles innovantes.

Leur riche expérience en direction générale ou marketing et commerciale dans tous les secteurs d'activité garantit un savoir-faire approfondi en management d'équipe et en conduite du changement ainsi qu'une capacité éprouvée d'adaptation et d'intégration.

Nous accompagnons les PME, ETI et grands groupes



Vous avez des questions ? Contactez-nous : contact@premiumpeers.com



Sophie de Pomyers



Benoît Valla