

# Synergies

Qualitem Alliance

Edito avril 2006

news letters consulting

Média des Experts du Réseau de Compétences Qualitem Alliance

Commercialisation des prestations  
de services Experts

## QUALITEM

## INNOVE !

## CONCEPT ...

finances

ressources humaines

stratégie

production

marketing

commercial

système d'information

### Deux ans pour conceptualiser

Structure porteuse créée par les fondateurs du réseau Qualitem Alliance, la SAS New Deal Efficient Power condense les ressources commerciales et techniques du Réseau de Compétences.

L'objectif est de proposer, d'une part au marché des ressources ingénierie qualifiées, d'autre part d'offrir aux Consultants un support commercial performant en conservant l'esprit de convivialité Qualitem Alliance

### Investissements lourds

Les investissements initiaux sont supportés en totalité par les membres fondateurs du réseau.

Ils sont principalement orientés vers la maîtrise marketing pour le développement futur, la définition des technologies de gestion commerciale et de communication, qui doivent répondre au paradoxe de proximité, de disponible et de centralisation.

Nécessité également d'élaborer un programme pédagogique qui puisse répondre à une mise à niveau optimisée des futurs partenaires commerciaux. Enfin, l'appel à des juristes pour la constitutions des contrats inter partenaires.

Projet de pros, donc sérieux !

## Qualitem au pays des Couleurs

Fin 2005, nous avons présenté les bases du projet à la Chambre de Commerce et de l'Industrie Nord Isère. Il nous faut monter les prototypes des unités operating et embaucher deux assistantes pour les tests prospectifs nécessaires à nos analyses marketing. Un local adapté est proposé par la CCI, nous nous installons sur l'ancien site de Super Phénix, au Centre d'Activités Nouvelles du Pays des Couleurs.



## Origine de la réorganisation

Qualitem Alliance souffre des « contraintes du riche » ; l'équipe initiale des consultants ne catalysent plus véritablement la dynamique de nos débuts, certains pensent plus à la retraite qu'à participer au développement. Résultat les « têtes de pont » sont asphyxiées par la charge de travail, d'autant que sur eux porte la principale ressource commerciale du réseau.

En dix années actives, le contexte et les règles de marchés ont particulièrement évolué, il faut en être conscient. Ce n'est même plus un problème de concurrence de proximité, il n'y a pas que les produits manufacturés qui soient concurrencés sur notre territoire, effet de la mondialisation galopante. L'exposition du secteur des services représente 50% du produit intérieur brut de l'UE et près de 70% de ses emplois. Il faut être bien naïf pour croire qu'un tel marché n'éveille pas quelques ambitions « à l'américaine » d'une concurrence extérieure. Les prestataires intellectuels doivent réagir sans attendre. De part son capital expérience inégalé, et un réel succès auprès d'une clientèle exigeante, Qualitem Alliance est très bien placé pour proposer une alternative réactive.

## Les contraintes de marché

« L'Entropie Business » caractérise l'effet papillon de l'activité humaine à l'heure de la mondialisation.

Ce qui se passe, nous le savons tous plus ou moins, mais souvent après coup : les effets concurrentiels, la décentralisation directement liée aux coûts sociaux, l'Europe qui tarde à se trouver, l'euro contre le dollar, les fluctuations des matières premières, la perte de pouvoir d'achat, le pétrole en hausse, l'envolée immobilière, la crise du logement, etc.

Nos clients sont des dirigeants avec qui nous avons construit des relations de confiance. Ils expriment des contraintes d'organisation, de restructuration, de fusion/acquisition conséquence d'une visibilité de plan de charge qui souvent n'excède pas trois mois alors que cinq ans en arrière cette même visibilité s'étendait au semestre et même à l'année. Et si on échange en dollars, on ne commercera bientôt plus sur la zone euro. Le client ne se présente plus, il faut aller le chercher. Les affaires ne manquent pas, mais elles se font en des délais qui s'écourtent au point tel que l'organisation d'hier n'est plus adaptée. Soumettre ses cadres au stress ne peut

être une solution de longue haleine ; lorsque l'on ne peut plus faire, il faut faire autrement. Ainsi vont les contraintes des entreprises, c'est une réalité de l'évolution des relations entre les peuples. Ce n'est pas nécessairement un mal, bien au contraire, mais les inadaptés se retrouveront « hors circuit ».

## Le contrecoup sur les prestataires

Si la situation de nos clients évolue dans des proportions drastiques, forcément celle des prestataires évolue par répercussion. Evidence absolue.

Les besoins s'orientent vers des compétences plus pointues en des domaines précis, une plus grande adaptabilité, une meilleure réactivité, la capacité d'innover. Au niveau de la réglementation, on tend à protéger le citoyen, les exigences sécuritaires sur les produits d'importation augmentent en proportions exponentielles qui nécessitent mises à niveau culturelles continues et spécialisations. Une charge de travail prioritaire pour le consultant.

De l'analyse de bon sens émergent deux contraintes évidentes. La première : le besoin de spécialisation, d'organisation de sa fonction, d'innovation réduisent le temps disponible du Consultant.

La deuxième : paradoxalement, les contraintes de marchés augmentent le besoin en disponibilité du consultant pour sa commercialisation. Forcément, même avec la meilleure volonté, il arrive un moment où « ça coince ».

## Modèle économique



« La théorie, c'est quand on sait tout et que rien ne fonctionne. La pratique, c'est quand tout fonctionne et que personne ne sait pourquoi. »

Albert Einstein

Définir un concept c'est bien, assurer qu'il fonctionne, c'est essentiel. Loin de toutes théories business et d'études de marchés dont les valeurs ne sont plus d'actualités dès qu'elles sont diffusées, nous devons adopter une stratégie capable de révéler les trois facteurs de faisabilité d'un projet, quel qu'il soit : technique, marketing, économique et confronter nos acquis à l'évaluation d'un futur moins aléatoire.

Tout concept repose sur un modèle économique. Aussi, avons nous décidé une approche professionnelle en trois phases actives : asseoir la faisabilité marketing, choisir et perfectionner les outils qui l'assurent, définir les marges de manœuvres économiques possibles et les contractualiser. Le planning est figé en trois jalons : décembre 2006 (*marketing*), mars 2007 (*définition du modèle économique*) juin 2007 (*définition et choix des outils partagés*).

Objectif : lancement opérationnel dès janvier 2008.  
La suite dans notre prochain édito.

## Fondateurs du Réseau Qualitem Alliance

Actionnaires New Deal Efficient Power SAS



Jean-Pierre BROUILLARD  
Président Directeur Général



Gérald MOULEDOUS  
Conseil Stratégique des STI