



## AUJOURD'HUI, LES ENTREPRISES QUI GAGNENT SONT CELLES QUI FONT GAGNER LEURS CLIENTS !

Il était une fois une entreprise qui se posait des questions sur son avenir. Elle se sentait menacée par son environnement qui change, un monde plein de nouveaux concurrents plus innovants, de consommateurs plus exigeants. On entendait parler partout de la transformation digitale de l'entreprise comme quelque chose de capital. Elle finit par croire que c'était LA chose la plus importante à activer pour réussir à se mettre en pleine performance dans ce monde en mutation... avait-elle raison ?

Le véritable enjeu stratégique ce n'est pas celui du digital, mais bien celui de la créativité qui permet de se différencier. Le digital c'est un arbre qui cache la forêt ; ce n'est pas une stratégie, c'est un outil, une dimension parmi d'autres de sa démarche pour rester performante et se développer sur son marché.

Le défi des entreprises c'est de s'adapter à une nouvelle façon de faire des affaires.

C'est de changer à la fois la relation avec ses clients et à la façon de délivrer de la valeur pour être en mesure de séduire.

La transformation digitale est bien sûr un ingrédient indéniable à intégrer à la recette de sa performance. Mais c'est avant tout la capacité créative à adapter son business model pour apporter et faire la différence qui est l'enjeu essentiel.

Le risque de ne pas s'adapter à son environnement, de ne pas adapter son offre et sa prestation aux attentes et aux nouvelles réalités c'est tout simplement de se faire doubler par ses concurrents ou même disparaître.

Ajuster son positionnement, aiguïser son attractivité, apporter des atouts compétitifs, étonner ses clients, leur faire vivre une expérience globale pour générer son ravissement, c'est là la seule voie vers le développement et la pérennité de l'entreprise quels que soient son secteur et sa taille. Le chef d'entreprise ne peut pas laisser son entreprise indéfiniment dans la même façon de se positionner dans son marché.

La remise en question, la réactivité, la proactivité, la créativité, sont les caractéristiques des entreprises qui scorent dans ce monde qui change.

L'équipe Cohesium

# GENERER LE RAVISSEMENT DE VOS CLIENTS...



Vous devez réinventer la façon dont vous allez vous profiler au marché. Vous devez trouver des atouts qui vont être appréciés. Et pour cela vous devez inscrire dans la culture de votre entreprise la capacité à vous mettre à l'écoute, à cadrer les frustrations et les attentes de vos clients.

Votre capacité à vous mettre dans la logique de vos clients, d'être attentifs aux tendances sera capital. Mais c'est aussi dans votre capacité à benchmarker vos concurrents directs et indirects, à réinventer votre offre dans toutes ses facettes, à communiquer de façon créative que vous allez amplifier votre attractivité.

Pour vous inspirer, vous pouvez aussi repérer des aspects innovants dans la façon d'articuler une offre originale dans un autre secteur que le vôtre et le transposer dans votre entreprise. En tous cas, vous n'avez d'autre choix que d'aligner les atouts de tous types si vous voulez réussir à mettre votre entreprise en position d'entreprise leader.

Cette démarche de ravissement de votre client est aussi indispensable pour créer une relation dans la durée. De plus, elle est incontournable, si vous voulez éviter de vous retrouver dans la spirale de la guerre du prix parce que votre proposition au marché ne présente aucune aspérité, aucun atout différenciant.

Qu'on appelle cela de l'innovation, de la créativité, de l'imagination ou de l'audace peu importe, l'essentiel est d'apporter encore et toujours de la différence qui va permettre de faire de la différence et donc de vendre plus. Si vous ne vous sentez pas en capacité de générer cette démarche, faites-vous aider par une ressource extérieure, l'essentiel n'est pas qui le fait mais de le faire.

Les entreprises qui gagnent sont celles qui font gagner leurs clients. La satisfaction de vos clients c'est la normalité... l'enjeu c'est de les ravir ! Le client aujourd'hui plus que jamais est volatile, c'est vrai. L'entreprise est en hypercompétitivité, c'est sûr.

L'enjeu est de vendre mais pour vendre il faut séduire et pour fidéliser il faut ravir. Votre challenge est dans votre capacité à apporter de la réelle valeur ajoutée aux yeux de vos clients qui donnera toute la compétitivité dont votre entreprise a besoin pour se développer.

Vous êtes condamné à réfléchir et agir en permanence à la manière dont vous allez faire vivre une expérience globale unique à vos clients. Pour ce faire, c'est une somme de détails que votre client va prendre en considération pour valider le fait de vous choisir. Votre offre est-elle la plus attractive ?

Votre prestation est-elle plus performante ? La prestation est en effet un aspect qui prend du plus en plus d'importance aux yeux du client qui veut de plus en plus qu'on lui propose du «good, quick & easy». Le fameux bon rapport qualité-prix est un refuge pour toutes les sociétés qui veulent dédramatiser le fait qu'elles n'ont rien de plus à offrir que leur concurrent.

L'entreprise doit mettre en permanence l'énergie utile pour être en capacité d'amener une proposition séduisante à son client. Que ce soit dans la façon dont elle va le servir, le conseiller, lui donner des privilèges, de l'aide, du confort, des garanties... tout est important si vous voulez multiplier les ingrédients qui vont faire qu'il sera ravi et deviendra ainsi un véritable fan de votre entreprise que vous pourrez faire témoigner.

En effet, la simple satisfaction ne se raconte pas... le ravissement bien. Il deviendra dès lors un ambassadeur de votre entreprise auquel vos prospects seront attentifs. Si vous n'offrez que de la satisfaction et votre concurrent aussi, vous n'aurez rien pour vous démarquer.



**COHESIUM**  
de la stratégie à l'action



Ipalle est une intercommunale regroupant les 23 communes du territoire de Wallonie Picarde et les 7 communes du Sud-Hainaut, en charge, notamment, de la gestion des déchets et de l'épuration des eaux usées. La Direction, soucieuse de mesurer l'efficacité de son service à la population, d'amplifier et d'aiguiser sa prestation dans les recypars (parcs à conteneurs), souhaitait se mettre à l'écoute des utilisateurs. D'une part pour savoir comment ils vivaient l'utilisation des recypars, ensuite pour déterminer plus précisément leurs attentes. Par ailleurs, Ipalle songe à de nouvelles prestations et voulait donc mesurer l'intérêt de celles-ci auprès de son public. Enfin, le souhait était aussi d'aller vers les non-usagers pour connaître la raison de la non-utilisation du service des recypars.



> Gonzague DELBAR,  
Directeur Général

### **Quel est pour Ipalle l'enjeu de l'étude qui a été menée dans les recypars ?**

Notre enjeu était d'être à l'écoute des utilisateurs de nos recypars. Il va de soi que l'élément moteur de notre démarche, c'est la remise en question de la qualité du service fourni par Ipalle à la population, pour l'améliorer bien entendu, et mieux répondre aux attentes. Attentes qui ne sont pas forcément évidentes à percevoir dans un service public, service que nous inscrivons dans une amélioration continue, comme en témoigne notre accréditation EMAS.

Par ailleurs, les recypars représentent une part importante de notre activité et nécessiteront de nouveaux déploiements dans un avenir proche. Remettre sur la table la portée et le mode de fonctionnement de ceux-ci, comme le ferait une entreprise privée soucieuse de ses clients, nous semblait primordial. En plus du vécu des utilisateurs, être aussi à l'écoute de leurs attentes pour le futur et valider l'ajout éventuel d'autres modes complémentaires de collecte, semble être une démarche prospective importante. L'apport d'une étude sera capital, d'autant plus si on en fait ensuite un outil de communication interne, voire externe.

### **Cette étude a-t-elle été efficace pour votre organisation ?**

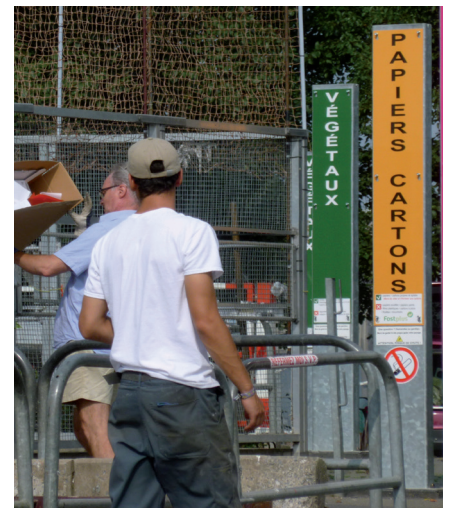
Oui, clairement. Les informations apportées étaient riches et nous ont permis d'apprendre des nouvelles choses, de confirmer des éléments pressentis, ou de donner des réponses précises à des questions que l'on se posait. De plus, les chargés de projets de Cohesium ont mis en avant les imperfections à corriger ainsi que les atouts à valoriser.

### **Quels sont pour vous les points de performance de COHESIUM dans la mission ?**

Le travail a été fait de façon professionnelle comme on l'attendait. Le rapport était très clair et parlant. La synthèse analytique et les recommandations étaient pertinentes. De plus, on voyait que les chefs de projets de Cohesium s'étaient bien approprié le sujet et qu'ils maîtrisent leur démarche. Cohesium parle non pas de «satisfaction» des utilisateurs, qu'ils considèrent comme la normalité, ils nous apportent le concept de «ravissement». Cette approche nous oblige à ne pas nous complaire d'une satisfaction acquise mais d'être dans le challenge de l'excellence à atteindre.

### **Quelle suite pensez-vous donner à cette étude ?**

Bien entendu l'exploiter pour améliorer le service. Nous poursuivrons le travail via un accompagnement de Cohesium, notamment avec le pilotage de l'animation d'un groupe de travail avec nos équipes pour mettre en place des plans d'actions d'optimisation.







# De nouvelles aides pour votre entreprise !

## COHESIUM est agréé pour les aides Chèques entreprises et Factory 4.0



**Chèques-entreprises**

**jusqu'à 75 %**

Depuis mars 2017, les aides aux entreprises proposées par la Région Wallonne sont simplifiées et mises en ligne dans une plateforme unique. Elles sont désormais nommées « chèques-entreprises ».

Cohésium est agréé pour vous faire bénéficier des chèques entreprises dans le cadre des différentes missions d'accompagnement marketing que nous proposons.

Nous sommes référencés pour les chèques avec pour objet :

- L'amélioration et le développement de vos performances commerciales et marketing
- Le développement de la différenciation des produits et services

La Région wallonne finance la prestation à hauteur de 50% à 75% des coûts HTVA, selon que vous soyez une PME, une microentreprise, une start-up ou une entreprise en trajectoire de croissance.

La validation de la demande se fait rapidement (5 jours ouvrables) sous réserve d'éligibilité de votre entreprise et de votre dossier.

Infos & règlement sur [www.chèques-entreprises.be](http://www.chèques-entreprises.be)




**8 jours gratuits**

Le programme Interreg France-Wallonie-Vlaanderen (FWVL) a été lancé en 2016 le projet transfrontalier « Factory 4.0 »

Cohésium est référencé parmi les partenaires experts-conseils de l'opération et peut vous faire bénéficier d'une MISSION GRATUITE D'UNE VALEUR DE 8.000 € sur 8 journées de travail.

L'objectif annoncé de ce projet est d'accélérer la transformation des entreprises vers l'industrie 4.0. Toutes les PME qui disposent d'une activité de production sont concernées.

Le principe : les experts de Factory 4.0 interviennent sur les quatre piliers de la compétitivité des entreprises que sont les nouvelles technologies au service de la productivité, l'adaptation des procédés aux évolutions de l'activité, l'amélioration de l'efficacité énergétique et le développement du potentiel RH.

Leur rôle est d'établir un diagnostic préliminaire en vue d'identifier les thématiques présentant un potentiel ; ensuite, un diagnostic approfondi débouche sur l'établissement de plans d'action concrets d'optimisation.

Plus d'infos sur : [www.interreg-fwvl.eu](http://www.interreg-fwvl.eu)



La parapharmacie Tournaisienne est un commerce qui a ouvert ses portes à Tournai en novembre 2015. Mr et Me Dogot, qui l'ont ouvert il y a donc maintenant bientôt 2 ans, veulent accélérer la progression de leur point de vente, passer les vitesses de la croissance en recrutant plus de nouveaux clients. Ils ont déployé leur propre savoir-faire en ce qui concerne la communication durant ces 2 années de lancement mais se sentent quelque peu au bout de leurs ressources. Ils se posent des questions sur le positionnement de leur commerce et sur la façon de le promouvoir. Ils ont décidé de faire porter un regard extérieur, apporter une dimension plus professionnelle dans la façon de cadrer leur offre et de la promouvoir pour assurer un développement optimal.



> Anne-Françoise DOGOT  
Directrice

### Qu'est-ce qui vous a poussé à faire appel à une société extérieure ?

On a fait le tour de notre capacité à promouvoir notre point de vente. On l'a fait avec nos propres sensations, notre chiffre d'affaires progresse mais il n'atteint pas les objectifs qu'on s'était fixés.

Nous voulons optimiser notre approche en validant notre offre et la façon de nous positionner sur le marché, le concept de parapharmacie étant une approche neuve sur le marché belge. Nous voulons aussi être sûrs d'avoir actionné tous les leviers utiles au succès d'un commerce comme le nôtre et en plus de les avoir tous activés, nous voulons maintenant le faire le plus professionnellement possible. La façon de communiquer aujourd'hui a beaucoup changé et la perception des clients aussi. On a donc besoin de pertinence, de justesse, de performance. En d'autres mots, on doit passer d'une approche qui est celle de la débrouillardise à une approche tout à fait professionnelle.

### Quelle a été la mission confiée Cohesium ?

Je dirais qu'on a « remis notre sort entre leurs mains ». Leur métier est d'être moteur de développement des entreprises qu'ils accompagnent en les aidant à être dans la performance, c'est comme cela qu'ils se sont présentés. Cela semblait correspondre à ce dont nous avions besoin. De plus, les 2 associés avaient aussi des références dans l'accompagnement des commerces, ce qui est dès lors nous rassurait qu'ils pouvaient se mettre à notre niveau.

Nous leur avons donné «carte blanche» avec pour seule mission de nous permettre d'atteindre nos objectifs.

### Quel a été le contenu de leur accompagnement ?

D'abord de l'écoute, de l'observation. Ils nous ont écoutés sur notre projet et notre vision de notre point de vente, sur les questions qu'on se posait. Ils ont ensuite écouté notre équipe de vente pour prendre en compte les sensations de terrain qu'ils avaient avec les clients. Ils nous ont expliqué l'importance de les impliquer dans le processus de développement de l'activité pour qu'ils ne prennent pas les conseils de Cohesium comme des donneurs de leçon mais qu'au contraire qu'on tienne compte de leur avis, pour demain les rendre acteurs du plan de développement à activer. Par ailleurs, ils ont rassemblé des clients potentiels dans un panel pour les confronter avec notre proposition et les faire réagir. Ils ont réalisé une analyse de notre offre et de notre point de vente. Ils ont mis le doigt là où ça fait mal et nous ont proposé un plan de développement concret. A ce stade on avait le choix de le mettre en œuvre nous-mêmes ou de leur demander. On leur a demandé de nous accompagner dans la mise en œuvre de leurs recommandations qui nous apparaissaient comme pertinentes et nécessaires.

### Qu'avez-vous pensé de l'accompagnement réalisé ?

Professionnel. Des vrais spécialistes du commerce de détail. On se rend compte à quel point on aurait dû faire cela avant l'ouverture. En entreprenant avec nos sensations on ne se pose pas toutes les questions, les bonnes questions. Et si on s'en pose on le fait avec notre perception qui n'est pas forcément la bonne. Ils nous forcent à avoir une approche dans la logique du client et pas uniquement dans la nôtre.

### Quelles indications essentielles vous a apporté l'intervention de COHESIUM ?

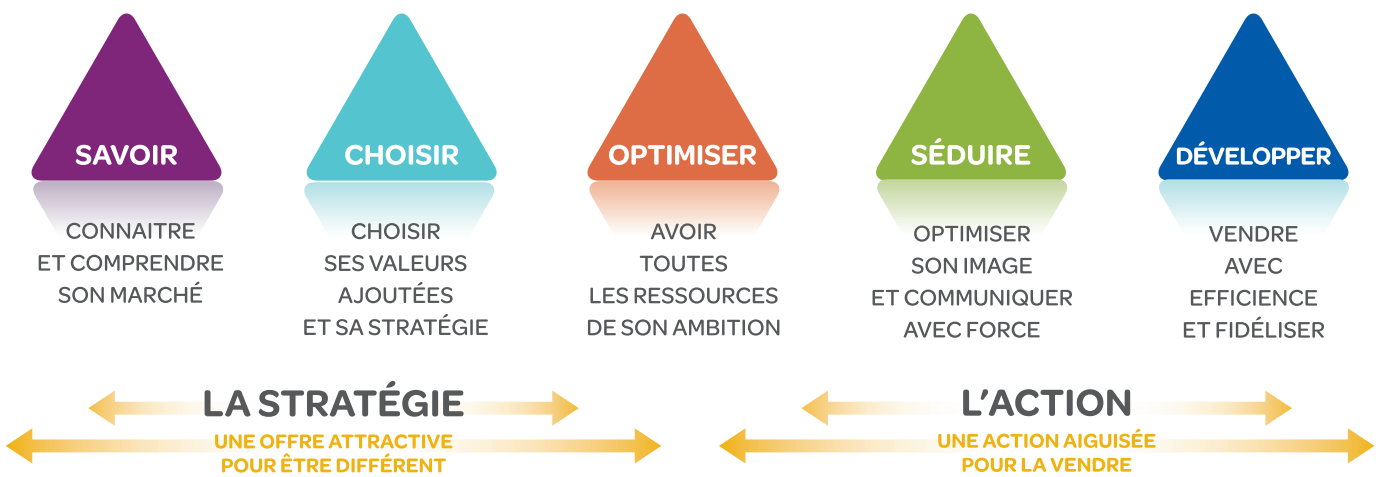
Du bon sens, de l'objectivation mais surtout de la pertinence dans leur analyse et leurs recommandations sur tous les leviers qui rendent un point de vente performant. Ils ont formulé leur recommandation autour de 3 éléments-clé: attractivité, proactivité et ravissement.

**Attractivité:** ils insistent sur le fait d'avoir une identité claire, forte et pertinente qui matérialise efficacement notre offre pour être identifiable et créer de la notoriété active. Cette notoriété qui nous permettra d'exister aux yeux de nos prospects, d'être référencé pour tôt ou tard être une destination pour leurs achats dans notre offre.

**Proactivité:** ils ont mis en avant le fait que le client ne vient jamais tout seul, ce n'est pas parce qu'on ouvre un commerce même si c'est un nouveau concept que les clients se ruent (même si c'est ce qu'on espère) Ils doivent être séduits par l'offre et par des atouts différenciateurs et une dynamique commerciale qui seront mis en avant par un plan global par une communication aiguisée, efficace. Ils ont clairement dit que c'est à cette condition seulement, en occupant le terrain de façon proactive en quantité et en qualité que la création de trafic va être impulsée.

**Ravissement:** «Vous devez générer le ravissement de vos clients» c'est cette phrase qu'ils ont employée pour souligner le fait qu'une fois que le client est ven, l'enjeu n'est pas de le satisfaire mais bien de le ravir pour qu'il devienne un fan. Et ce ravissement découle de ce que COHESIUM appelle une expérience unique globale vécue par le client où la somme des détails suscitera un effet WOW qui va générer ce ravissement, va le fidéliser et mieux encore va entraîner le fait qu'il va parler autour de lui de cette expérience positive vécue dans notre point de vente. En plus d'être un fan il sera ainsi notre ambassadeur.

## La performance de votre entreprise = 5 actions à mener avec cohérence



## COHESIUM vous accompagne "à la carte" pour développer votre entreprise



NOUS PROPOSONS UN ACCOMPAGNEMENT  
ADAPTÉ À VOS BESOINS ET A VOS OBJECTIFS

## DES FORMATS D'INTERVENTION ADAPTES A VOS BESOINS ET ATTENTES

- UN DIAGNOSTIC DE VOTRE ACTIVITE ET DE VOTRE PERFORMANCE
- L'ETUDE DE VOTRE ENVIRONNEMENT
- UN ACCOMPAGNEMENT DANS LA REFLEXION STRATEGIQUE
- L'ANIMATION DE VOS DEMARCHES DE CREATIVITE
- L'ELABORATION PRAGMATIQUE DE PLANS D' ACTIONS
- LA FORMATION - COACHING - IMPLICATION DE VOS EQUIPES
- LE CO-PILOTAGE OUTSOURCÉ DE VOTRE MARKETING / COMMUNICATION / COMMERCIAL
- LA MISE EN ŒUVRE DES PLANS D' ACTION
- LE MONITORING DE VOTRE ACTIVITE

## NOTRE FACON D'ENVISAGER NOTRE ACCOMPAGNEMENT

- UN ACCOMPAGNEMENT A CHAQUE FOIS PERSONNALISE
- UNE DEMARCHE CO-CONSTRUCTIVE A VOS CÔTES
- UNE OBSESSION: DU CONCRET POUR DU RESULTAT
- UN RESPECT DE LA CULTURE ET DES RESSOURCES DE VOTRE ENTREPRISE
- UNE DEMARCHE ENTHOUSIASTE ET BOOSTANTE



### > Pascal DELEERSNYDER

Après 12 ans dans le privé dans des fonctions commerciales et marketing en France et en Belgique, il accompagne les entreprises dans leur développement depuis 1990.

Travailler à la stratégie de l'entreprise, affiner son business model pour la rendre plus performante est vraiment ce qu'il aime et sait faire.



### > Vincent LECLERCQ

Homme de terrain et d'action, il a été actif pendant 15 ans dans le retail marketing et le développement commercial. Son domaine de prédilection est la communication à 360° dont la communication digitale et aussi la dynamisation commerciale de l'entreprise.



**UN SEUL OBJECTIF : VOUS FAIRE VENDRE +**





## REVELEZ VOTRE CAPACITE A ETRE UN CHEF D'ENTREPRISE CREATIF & INNOVANT

→ **Soyez parmi les premiers à vous inscrire... Les 9 premières inscriptions sont GRATUITES** ←

L'entreprise doit plus que jamais choisir où elle met son curseur entre attendre ses clients ou les conquérir... L'entreprise n'a d'autre choix que d'agir pour ne pas subir ! On parle beaucoup d'innovation mais les entrepreneurs pensent qu'elle est réservée aux grandes entreprises; ils ne perçoivent pas en quoi consisterait le fait d'innover et comment activer cette démarche.

**DECLIC** est un atelier tonique et pragmatique qui activera votre capacité à innover, à créer de la valeur et de la différence, à être créatif et innovant pour séduire vos clients.

### Grâce à ce workshop,

- Vous allez vous surprendre à avoir une étonnante capacité d'innovation
- Vous percevrez l'intérêt pratico-pratique de l'innovation adaptée à votre entreprise
- Vous allez être impulsé(e) pour agir proactivement et différemment pour faire mieux demain qu'hier...
- Vous découvrirez des pistes de différenciation qui vous rendront plus compétitif
- Vous vous mettrez en position de gagner en compétitivité et d'être plus performant que vos concurrents

### Témoignages :

«Par ce workshop, nous avons réellement eu un déclic sur l'incontournable importance d'innover quel que soit notre taille d'entreprise et notre secteur d'activité. Mais aussi le déclic que nous étions capables de mettre notre entreprise dans un processus de changement dans son approche du marché. Cela a depuis le workshop, permis d'adapter la façon de vendre pour vendre plus ».

Olivier MIGNOT Directeur - Pasta Della Mamima Food Services / Herstal

«Un work-shop étonnant qui, le temps de quelques heures, vous sort le nez du guidon, et vous amène à faire le point sur les bonnes décisions à prendre pour gagner en compétitivité ».

Gauthier Vindevogel / General Manager - Vandeputte Oils & Oleochemicals / Mouscron



est une société active dans les métiers du marketing, de la communication, du développement commercial depuis près de 30 ans en France et en Belgique



est une société composée d'ingénieurs passionnés par l'innovation ; ils aident les entreprises à concrétiser leur processus d'innovation pour aboutir à une offre concrète et durable

LES DEUX SOCIETES COLLABORENT ENSEMBLE POUR ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DANS LEUR PROCESSUS D'INNOVATION

**VENDREDI 27/10/2017**

de 9 h à 17h30  
A TOURNAI

**VENDREDI 10/11/2017**

de 9 h à 17h30  
A NAMUR

**VENDREDI 17/11/2017**

de 9 h à 17h30  
A LIEGE

(Les lieux vous seront précisés ultérieurement)

## Inscription GRATUITE pour les 9 premières entreprises !

Réservé aux chefs d'entreprises (1 personne par société) **CONTACTER : [vl@cohesium.be](mailto:vl@cohesium.be) - GSM : 0495 215 999**