la lettre COHESIUM

N°27 - Janvier 2017

Vive l'esprit d'entreprendre !

Avec toutes les mutations que notre monde économique et politique connaît, **c'est plus que jamais aux Entrepreneurs,** quel que soit leur statut, **de prendre des initiatives.**
Pour entreprendre, il convient de **repérer toutes les opportunités** de développement qui peuvent se dessiner, puis à **prendre des risques mesurés** pour créer des activités nouvelles ou pour dynamiser une activité existante. L'esprit d'entreprendre exige donc de **se doter d'une logique et d'une capacité à anticiper, à se projeter et à innover.**

Avec ce que nous annonce cette nouvelle année, lancez-vous dans cette introspection et **osez :**

1. **identifier celle de vos activités** qu'il convient de reconfigurer pour **la mettre dans une nouvelle performance**
2. **pister** les nouveaux marchés, les nouvelles offres, les nouvelles solutions techniques ou commerciales qui constitueront autant de **relais de croissance**
3. **innover** avec des offres qui créent une **rupture dans l'image et le positionnement adopté** par votre Entreprise depuis tant d'années.

Entreprenez avec vos Equipes, les Femmes et les Hommes qui vous entourent, car nous le savons tous, **nous sommes avant tout riches de ce capital humain qui constitue l'ADN et le coeur de nos Entreprises.**

"Ce ne sont pas les plus forts qui survivent, ni même les plus intelligents, mais ceux qui ensemble sont les plus rapides à s'adapter au changement" (Charles Darwin).

En 2017, osons ensemble pour gagner ensemble !

Etienne ROUSSEL et toute l'Equipe COHESIUM

ÉTUDES P6
ORGANISATION P7
STRATÉGIE P8
COMMUNICATION P10
DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL P11

La chaîne de valeur COHESIUM
5 pôles de compétence qui s'étendent "de la stratégie à l'action"

SAVOIR	CHOISIR	OPTIMISER	SÉDUIRE	DÉVELOPPER
CONNAITRE ET COMPRENDRE SON MARCHÉ	CHOISIR SES VALEURS AJOUTÉES ET SA STRATÉGIE	AVOIR TOUTES LES RESSOURCES DE SON AMBITION	OPTIMISER SON IMAGE ET COMMUNIQUER AVEC FORCE	VENDRE AVEC EFFICIENCE ET FIDÉLISER

← LA STRATÉGIE → ← L'ACTION →

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

ÉTUDES

SAVOIR POUR DÉCIDER JUSTE

- Comprendre votre marché pour mieux vous positionner
- Être à l'écoute de vos clients, de leurs attentes
- Evaluer votre performance et votre offre sur le marché

STRATÉGIE

CHOISIR POUR GAGNER

- Réfléchir à une offre compétitive, à vos valeurs ajoutées
- Etre créatif pour vous positionner avec différence et attractivité
- Articuler une stratégie qui séduit vos clients
- Construire et activer vos plans de développement

ORGANISATION

AVOIR LES MOYENS DE SA STRATÉGIE

- Rassembler et optimiser les ressources de votre stratégie
- Mettre en place un management adapté
- Optimiser l'organisation et les ressources humaines
- Former et coacher vos équipes
- Activer le changement, adapter la culture

COMMUNICATION

COMMUNIQUER POUR SÉDUIRE

- Aiguiser votre identité et votre marque
- Concevoir vos plans de communication
- Créer des outils efficaces et des actions pertinentes
- Mettre en œuvre votre communication et l'évaluer
- Entretenir le contact avec vos clients

COMMERCIAL

PROSPECTER, VENDRE, FIDÉLISER

- Etablir vos plans d'actions commerciales
- Structurer et aiguiser votre performance commerciale
- Générer des nouveaux clients
- Coacher votre action commerciale
- Agir commercialement pour vous, avec vous

Ils nous font confiance

Nos clients	La problématique confiée
CHARTREUX DEPUIS 1929	**CHARTREUX :** Stratégie et organisation commerciale
ATELIER BAGLIN	**Atelier BAGLIN :** Stratégie de développement
NEXXTEP TECHNOLOGIES	**NEXXTEP Technologies :** Organisation
Imprimerie DEPREZ	**Imprimerie DEPREZ :** Stratégie de développement commercial
Nicoll	**NICOLL :** Etude de marché
Pixem INSTITUT	**PIXEM Institut :** Développement commercial
RICARD	**RICARD :** Etude des attentes et besoins Clients
MEL MÉTROPOLE EUROPÉENNE DE LILLE	**Métropole européenne de Lille :** Stratégie LED

Le Congrès CROSS-CANAL Négoce

Dans le cadre du partenariat que nous développons depuis 5 ans avec le magazine NEGOCE, COHESIUM est intervenu pour la 2ème année consécutive lors de la 2ème édition du CONGRÈS CROSS-CANAL NÉGOCE, qui a eu lieu le 7 Décembre 2016 à Paris.

Etienne ROUSSEL - Dirigeant de COHESIUM, a présenté les résultats et les analyses de la **2ème vague du baromètre sur l'usage des outils cross-canal par les Artisans.**
En effet, COHESIUM a interrogé **300 Artisans** sur les 3 thématiques suivantes :

- Quelles sont vos pratiques de connexion avec internet et avec quels équipements ?
- Quelle est votre relation digitale avec votre négoce et quel sera l'impact de la communication digitale sur votre métier ?
- Quelles sont vos attentes vis à vis du contenu des sites web et des applications mobiles développées par les Industriels et les Négociants ?

Les conclusions de l'étude, qui ont été présentées devant plus de **150 Professionnels de la filière Bâtiment,** ne peuvent qu'inciter les Industriels et les Négociants à **accroître le déploiement des outils** qui permettront de favoriser l'utilisation par les Artisans des outils numériques et le recours à la communication digitale.

VOTRE DIFFÉRENCE... FERA LA DIFFÉRENCE !

L'entreprise n'a plus d'autre choix que d'être toujours plus attractive que ses concurrents.

Votre entreprise est confrontée à un contexte d'hyper compétitivité avec des mutations importantes dans la façon de communiquer et de vendre ?

Plus que jamais, vous devez vous démarquer par rapport à vos concurrents et apporter de la valeur ajoutée à vos clients. Aligner ces petits « plus » que vous leur offrez pour qu'ils vous choisissent, vous soient fidèles et parlent de vous, est capital.

« Séduire vos clients en vous différenciant de vos concurrents »

Parmi les entreprises qui présentent des bilans négatif, 57% n'ont pas une offre qui les différencie de leurs concurrents et qui apporte de la valeur ajoutée à leurs clients.
78% ont une offre attractive, mais leur communication et/ou leur action commerciale ne sont pas performantes.

LA DIFFÉRENCE A TOUS NIVEAUX :

VOTRE PRODUIT : un plus dans la qualité, la variété proposée, l'attractivité de son emballage, un élément différenciateur innovant vous donneront des atouts compétitifs.

VOTRE PRESTATION : La façon de servir le client, de le livrer, de le satisfaire, de l'aider, de le conseiller fera la différence.

VOTRE COMMUNICATION : une identité attractive, des messages percutants, une image séduisante, une communication tonique, une information continue permettent de séduire et de maintenir le contact.

VOTRE FAÇON DE VENDRE : expliquer, rendre les achats plus faciles, proposer des offres attractives, mesurer la satisfaction de vos clients, les valoriser, les remercier influenceront favorablement vos clients et vos prospects.

POUR ÊTRE DIFFÉRENTS... SOYEZ CRÉATIFS... OU FAITES VOUS ACCOMPAGNER POUR L'ÊTRE !

Depuis 25 ans, Cohesium accompagne les entreprises, petites et grandes pour aiguiser leur offre, les aider à se différencier, à séduire et vendre mieux pour vendre plus, à réinventer leur Business Model pour gagner.
Plus que jamais, à l'heure où les clients sont mieux informés, plus critiques et plus volatiles, étonner, ravir vos clients pour en faire des fans, des ambassadeurs est le défi de votre entreprise.

cohesium de la stratégie à l'action et son partenaire xfive du problème naît la solution vous présentent

DECLIC Un work-shop d'un jour

pour révéler votre capacité à être innovant !

L'ENJEU

L'entreprise doit plus que jamais choisir où elle met son curseur entre la passivité ou la proactivité. C'est-à-dire simplement exister, subir voire mourir ou conquérir et gagner.

Pour beaucoup d'entrepreneurs, l'innovation est un sujet « tarte à la crème ». Tout le monde en parle mais les entrepreneurs ne savent pas toujours si l'innovation les concerne en quoi consisterait le fait d'innover pour leur entreprise. Comment faire ? Car pour la majorité d'entre eux, l'innovation, c'est une démarche lourde, complexe, technico-scientifique, cela demande de la R&D associée aux centres de recherche et aux universités… donc inabordable pour eux ! Au fond d'eux, ils savent bien qu'ils doivent innover, mais ils restent sur l'idée que « ce n'est pas pour nous ». Les patrons d'entreprise doivent pouvoir appréhender ce qu'est innover à leur mesure, de façon adaptée, à leur niveau, pour leur entreprise avec ses spécificités.

CE QUE LE CHEF D'ENTREPRISE RECHERCHE

Avoir le déclic qui lui permet de percevoir l'intérêt pratico-pratique de l'innovation adaptée à son entreprise et le pousse à agir pro-activement et différemment pour faire mieux demain.

ET DONC, DÉCLIC, C'EST…

DECLIC est un outil simple et pragmatique qui forme les chefs d'entreprise à créer de la valeur et de la différence.
Déclic, form'action pratique et concrète, implique les patrons dans la mise sur pied d'un plan d'action simple qui leur donne des pistes de différenciation.

Grâce à Déclic, le manager se met dans une attitude d'innovation « progressive », simple et atteignable à sa mesure.

CE QUE DECLIC N'EST PAS

Une sensibilisation « bonne parole » sur l'innovation et une culpabilisation de ne pas en faire !
Un cursus de méthodologie sur la façon d'aborder le processus « à la lettre » d'une innovation dans les règles de l'art.

TÉMOIGNAGES

• « Par ce work-shop, 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 work-shop, permis d'adapter la façon de vendre pour vendre plus. »
Olivier MIGNOT
Directeur - Pasta Della Mamma Food Services

• « 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. »
Gauthier VINDEVOGEL
General Manager - Vandeputte Oils & Oleochemicals

ÉTUDES

▶ Savoir

Etudier ses marchés** pour mieux les connaitre et mettre à leur disposition la **meilleure offre commerciale

jardimat
Fabricant à la mesure de vos projets
PORTAILS · CLÔTURES · GARDE-CORPS

Murielle LANGLAIS, Directrice Marketing

Créé en 2004, RB DEVELOPPEMENT, fabricant de portails, de clôtures et de garde-corps achète le groupe HMGT (THIEBAUT INDUSTRIE SARL) créé en 1966, s**pécialiste des volets battants & coulissants, portes de garage battantes** et plus récemment **de pergolas bioclimatiques.** Ce rapprochement, formé suite à une entente signée par les deux familles, Burger et Thiebaut, permet au nouveau groupe de se positionner parmi l'un des premiers fabricants de menuiserie extérieure en France, avec un chiffre d'affaires de 40 M€ et un effectif de 250 personnes. Le nouveau groupe prévoit ainsi de se développer en élargissant ses gammes de produits, et en réalisant de nouvelles opérations de croissance externe.

> Murielle Langlais, Directrice Marketing nous répond :

Une holding, 4 marques commerciales, une complémentarité de produits :
« En effet, la holding comprend 4 marques que sont JARDIMAT, VOLETS THIEBAUT, ALUCONCEPT et VOREAL.
Ce rachat nous a permis de nous affirmer régionalement dans une grande partie du ¼ Nord-Est français. Nous avons diversifié notre panel de produits et nous souhaitons à présent consolider notre position, **devenir un acteur majeur de la menuiserie** sur l'ensemble du territoire et appréhender au mieux notre marché et ses potentialités, afin de mettre toutes les chances de notre côté.
Il nous faut également innover davantage en **rendant nos modèles personnalisables, un « sur-mesure »** qui est une tendance devenue aujourd'hui incontournable. Nous le pressentions, mais avions besoin de savoir comment l'intégrer dans notre démarche commerciale.

COHESIUM a réalisé une étude de marché pour la marque JARDIMAT ?
COHESIUM est venu en appui pour nous aider à trouver des réponses adaptées à ces enjeux. Ils se sont effectivement concentrés sur la marque JARDIMAT et **les comportements d'achat du grand public,** clients et prospects, sur ce segment.
Ils nous ont aidés à **faire le point sur les leviers favorisant les actes d'achat** et, a contrario, écarter les choix rédhibitoires.
Cette étude comportait deux volets, l'un quantitatif, l'autre qualitatif auprès d'un panel sélectionné sur l'ensemble du territoire.
Cela nous a permis de mettre en lumière un certain nombre d'axes d'amélioration, notamment concernant le catalogue produits et les PLV mises à disposition chez les revendeurs.

Quelle était la difficulté majeure ?
Très clairement, les délais. Nous avions 6 semaines et pas un jour de plus pour mener cette étude, restitution comprise. Le challenge était de taille, COHESIUM l'a relevé.
Nous avions des questions et des hésitations sur ce qu'il était important de faire pour développer l'activité de JARDIMAT, COHESIUM nous a éclairés en un temps record.

D'autres agences ont été sollicitées, c'est COHESIUM qui a fait la différence.
Nous avons également apprécié **la qualité des échanges,** nous avions en face de nous toujours les mêmes interlocuteurs, les éléments nous étaient régulièrement envoyés et nous avons tenu un certain nombre de séances de validation.
De plus, COHESIUM nous a transmis l'intégralité des données collectées, verbatims et autres indicateurs, sans rétention, ce qui nous donne beaucoup de matériel à exploiter.
Ils ont tenu tous leurs engagements. »

ORGANISATION

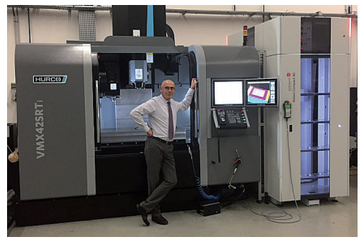
HURCO®
mind over metal™

Philippe CHEVALIER, Gérant

Nous sommes la filiale française du groupe Américain HURCO, coté au NASDAQ.
Nous assurons la distribution de machines-outils, la formation ainsi que la maintenance. Nous intervenons principalement pour l'industrie aéronautique, automobile, pharmaceutique, ainsi que l'ensemble des acteurs de la sous-traitance.
HURCO s'est installée en France en mars 1991 et compte 19 salariés pour un CA de 12,6 M€. Sa réputation n'est plus à faire.
HURCO France agit aujourd'hui auprès d'environ 770 clients.
Les champs d'application sont infinis et la structure fonctionne bien, néanmoins, alors même qu'elle doit continuer de se développer dans un marché en constante évolution, elle subit des blocages, notamment en termes de délégation managériale.

▶ Optimiser

*Mettre en place le management des ressources humaines et les organisations qui vont permettre de **mettre sa stratégie en œuvre***



> Philippe Chevalier, *Gérant de l'entreprise HURCO,* nous répond :

Des enjeux managériaux, le choix d'une intervention extérieure. :
« J'ai entendu parler d'Etienne ROUSSEL par deux de mes clients qui m'ont clairement exprimé les bienfaits d'une telle intervention et la qualité des prestations de COHESIUM.
Nous connaissions alors en interne une problématique de délégation. Notre évolution repose sur trois axes bien structurants : la compétitivité du produit, la qualité de la formation, la force d'appui du SAV. J'ai l'habitude d'imager notre activité par **« un tabouret à trois pieds ». Tous doivent être de la même longueur pour une assise confortable et une représentation harmonieuse.**
Actuellement, notre principal blocage se situe au niveau des équipes du SAV. Nous sommes dans un environnement extrêmement pointu et nos salariés sont des hommes de métier qui ont une vraie compréhension des problématiques techniques, rassurante pour les clients, mais qui ne savent pas forcément évoluer vers des postes qui font appel à davantage de compétences managériales et commerciales.
Cette situation ne pouvait pas être réglée par l'interne. Il fallait que **le message vienne de l'extérieur pour mettre les intéressés face à cette évidence** sans les braquer. **Il fallait faire tomber les peurs et montrer les chemins de croissance.**

En quoi COHESIUM vous a-t-il permis de réaliser ce travail ?
Ils nous ont permis de dénouer la pelote. Le SAV est un point névralgique. Une défaillance de ce côté entraine la perte de confiance de nos clients.
Qui plus est nous nous devons de grossir, d'automatiser certaines tâches, d'engager de nouvelles responsabilités, il nous fallait donc **mener une réflexion globale** sur ces différents points par le biais d'un interlocuteur qui permettrait de dépassionner les débats et neutraliser les frustrations et arrières pensées.

Quels ont été les outils de COHESIUM ?
Etienne ROUSSEL a choisi de mener **une enquête auprès de 25 de nos clients,** afin de recueillir leurs perceptions et d'en tirer une analyse de **nos forces et de nos faiblesses.**
En parallèle, il a réalisé en interne un travail d'écoute des uns et des autres.
L'ensemble nous a permis **d'identifier des axes de progression et les actions correctives pour atteindre notre cible.**
Il est plus facile de changer lorsqu'on a identifié le problème.
Etienne ROUSSEL possède une approche transversale bénéfique et intervient sur des sujets qui ne sont pas simplement de l'ordre du professionnel, mais également de l'humain. **Donner confiance, détecter les capacités d'épanouissement, fidéliser nos forces vives, offrir davantage d'autonomie...**

Et alors… pour quels résultats ?
Il s'agit d'un processus de longue haleine. Nous avons mis en place des réunions de travail qui semblent porter leurs fruits. Je note d'ores et déjà des changements de comportements et d'attitudes ainsi qu'une réelle prise en compte des pistes d'amélioration.
La prestation d'Etienne ROUSSEL a débuté en mars 2016. Nous avons déjà bien avancé. Mais il reste encore beaucoup d'autres points à traiter. Le métier n'a de cesse d'évoluer.
COHESIUM nous a poussés à nous poser les bonnes questions. Cette réflexion est très structurante.
Qui plus est Etienne ROUSSEL possède une qualité d'écoute impressionnante avec une capacité à retranscrire ce qui est dit et non-dit. Ajoutez à cela une profonde empathie.
J'ai pu en apprécier les résultats ! »

STRATÉGIE

▶ Choisir

Identifier ses valeurs ajoutées, clarifier son positionnement et définir sa stratégie de développement pour optimiser ses performances

MOVE AND CONNECT

Jérôme CHACHUAT, Multi-Entrepreneur

Jérôme CHACHUAT est un multi-entrepreneur spécialisé dans les télécommunications industrielles et **la sécurité des systèmes connectés.**
Il est toujours en quête de nouveaux défis innovants.
COHESIUM est un acteur structurant dans les choix de projets de Jérôme Chachuat et un accompagnateur de qualité notamment grâce à la richesse du réseau d'Etienne ROUSSEL.

> Jérôme Chachuat, *Multi-entrepreneur,* nous raconte :

Après avoir vendu votre société initiale, vous avez fait le choix d'entreprendre de nouveaux projets basés sur votre expérience des nouvelles technologies, expliquez-nous ?

« En effet, mon activité principale initiale était l'infogérance des systèmes d'information (systèmes et réseaux) pour des clients du secteur tertiaire. Après 5 années d'exercice en tant que consultant indépendant, j'ai créé Oxygen Media en 2010 qui deviendra plus tard Move & Connect.
Au fil du temps, l'activité a dérivé vers le secteur industriel et plus particulièrement les télécommunications industrielles sans fils.
En 2015, l'avènement de la 4G a permis d'élargir nos offres et de nous positionner comme leader dans la fourniture d'équipements réseaux pour l'industrie nautique (militaire / plaisance) et automobile.
Cependant, l'explosion du secteur mobile combiné à la multiplication des systèmes connectés critiques mène à un accroissement constant et exponentiel des cyber risques.
C'est pourquoi Move & Connect a développé **une seconde activité dans la sécurité des systèmes connectés.**
Les outils de tests de vulnérabilités sélectionnées sont les plus robustes du marché puisqu'ils répondent à la norme internationale de l'organisme de conformité ISA Secure : EDSA v2.0.
Nous sommes présents dans les environnements suivants :

- **Sécurité industrielle** (usines, automates, robotique...)
- **Sécurité de systèmes embarqués** (automobile, nautique, aéronautique, ferroviaire...)
- **Sécurité des environnements IoT** (objets connectés, réseaux bas débit, domotique…)

Pourquoi avoir choisi COHESIUM ?

L'un de mes enjeux prioritaires était la consolidation de mes différentes activités basées exclusivement sur le lancement de produits innovants.
J'ai donc décidé d'intégrer le programme ACAMAS qui accompagne les PME dans une démarche structurée de changement. programme dans lequel j'ai rencontré Etienne ROUSSEL.
Nous avions le projet, avec un autre membre du RAVI (Réseau Automobilité et Véhicules en Ile de France), de fournir une solution clés-en-main, afin de superviser la chaine du froid en temps réel tout au long du transport de marchandise. Cette solution s'adresse aux fabricants de camion frigorifiques.
Il s'agit d'un service globalisé, via une application mobile, qui permet aux transporteurs de surveiller en temps réel la température et de garantir ainsi aux clients destinataires un respect total de la chaine du froid.
COHESIUM m'a aidé **à trouver les partenaires cohérents pour développer l'application mobile** et mettre en commun nos compétences nécessaires au lancement de cette activité.
Avec l'appui de COHESIUM, j'ai également développé un prototype pour un objet connecté. Etienne ROUSSEL m'a fait bénéficier de la qualité de son réseau pour identifier les meilleurs fournisseurs avec des compétences bien spécifiques. COHESIUM m'a également facilité l'accès aux subventions.

Vous êtes vous-même multi-entrepreneur. Vous connaissez sans doute déjà un peu les rouages, quels ont été selon vous les plus-values de l'accompagnement de COHESIUM ?

Le 1er obstacle pour un porteur de projet est de s'assurer que l'idée initiale répond à un besoin et de trouver les meilleurs vecteurs pour la rentabiliser.
Ensuite l'entrepreneur doit trouver des partenaires financiers et des fournisseurs qui sont très souvent frileux sur les projets innovants.
COHESIUM m'a permis de **passer ces étapes critiques dans un délai record de 3 mois grâce la qualité de son expertise en termes de stratégie de développement, de méthodologie et de ses appuis professionnels.**
La relation résiliente et la confiance qui me lie avec Etienne ROUSSEL nous permettent d'être très réactifs sur les nouveaux projets qui sont pourtant sur des secteurs diamétralement opposés.
J'ai déjà recommandé Etienne Roussel et je continuerai à le faire à chaque opportunité. »

TECHSAP OUEST

Anne ZERKOVITZ, Secrétaire Générale

TECHSAP OUEST est un beau défi puisqu'il s'agit d'une association à but lucratif, créée en 2011 par la CCI d'Alençon, visant à favoriser l'innovation au service des seniors et à promouvoir le déploiement des technologies facilitant **le « bien vieillir à domicile ».**
Nous avons ainsi développé une large offre de services permettant d'accompagner les différents acteurs de la silver économie (économie des seniors) englobant entre autres la veille et la réalisation d'études, l'audit, l'apport de conseils, la formation, la réalisation d'ateliers, l'expérimentation de produits et services innovants.
Nous préparons ainsi l'ensemble des interlocuteurs concernés et compétents à développer leur business auprès de la cible des seniors dans le respect de leurs besoins et avec un discours positif sur le vieillissement.
La silver économie est une économie en devenir. Notre enjeu est bien entendu d'en être un acteur incontournable.

> Anne Zerkovitz, *Secrétaire Générale,* nous répond :

Quels sont vos principaux axes de développement et vos freins ?

« TECHSAP OUEST est un cluster d'entreprises (cf. regroupement) qui fédère une soixantaine d'adhérents. Nos interlocuteurs sont autant les offreurs de produits et services (entreprises, collectivités, aides à la personne, bailleurs sociaux…) que les clients finaux que sont les personnes âgées et leurs aidants.
Nous avons une identité territoriale forte, normande. Nous souhaitons nous ouvrir à l'ensemble des acteurs de la silver économie et prospecter dans le reste de la France, voire à l'étranger.
Notre stratégie repose d'une part sur **un travail collaboratif avec une complémentarité de compétences et de synergies,** d'autre part sur **l'expérimentation et la co-conception de produits et services en Living Lab (laboratoire vivant)** avec les seniors et leurs aidants, membres de notre Club Utilisateurs.
Ce travail en réseau est notre carte d'identité et nécessite une démarche cohérente et une organisation implacable, afin de favoriser au mieux l'émergence des projets collaboratifs.
La complexité réside dans la multitude d'intervenants et la jeunesse d'une filière en cours de structuration.
In fine, nous avons un champ d'intervention relativement large, un positionnement singulier puisque sur un marché émergent, un statut à but non lucratif qui nécessite néanmoins de réaliser suffisamment de bénéfices pour assurer la pérennité de notre structure et un besoin fort de cadrage, afin de mieux faire connaitre notre activité, clarifier nos missions et nos offres.

Vous avez donc décidé de faire appel à un prestataire extérieur ?

Jusque-là nous accompagnions nos adhérents de façon très personnalisée, en fonction des besoins exprimés. En interne, nous disposons de peu de ressources et le temps nous manque.
Nous avions besoin de formaliser notre offre de services pour mettre en avant notre expertise et avoir un discours clair vis-à-vis de nos adhérents et clients. Le sujet est complexe.
Il nous fallait l'intervention d'un regard extérieur pour nous aider à clarifier notre discours, gagner en efficacité et en rapidité.
Nous savions où nous voulions aller, et Etienne ROUSSEL nous a aidés à identifier les pistes pour atteindre notre objectif.
Cela passe bien évidemment par **la conception de nouveaux outils de marketing et de communication** au service d'une démarche commerciale structurée, et également par un recrutement dédié à la mise en œuvre de notre plan d'actions.
Il nous a permis de mettre davantage de **cohérence dans notre stratégie** ce qui nous rend plus solides en interne, y compris auprès de notre Conseil d'Administration, et également vis-à-vis des différents publics que nous approchons désormais **avec un contenu plus pointu et professionnel.**

Le travail collaboratif, la co-conception… sont des démarches innovantes, en quoi COHESIUM s'est-il distingué ?

Nous connaissions Etienne ROUSSEL qui s'était déjà démarqué dans l'un de nos projets collaboratifs. Il nous a donc paru naturel de faire appel à ses services. Nous étions dans une relation de confiance et savions par expérience qu'il maîtrisait parfaitement les problématiques de cluster et les particularités de notre activité.
Nous avons vu juste et ne sommes pas déçus. Le travail a été efficace, la mission bien menée, les idées originales, les échanges riches et instructifs avec **une approche humainement simple et sympathique** ce qui n'est pas négligeable. »

COMMUNICATION

▶ Séduire

*Concevoir et réaliser des supports et des **actions de communication pertinentes,** sous toutes les formes de la communication*

Roland ROBILIARD, Président

AREM est **l'un des plus grands fabricants français de ventilateurs,** surtout connu pour **son expertise dans la fabrication de ventilateurs hélicoïdes.**
Ses domaines d'application sont principalement l'industrie et la sécurité avec le désenfumage.
Aujourd'hui, AREM c'est 42 salariés, plus de 10 M€ de CA, avec un déploiement qui s'étend à l'international et de nouvelles perspectives de développement stratégique.

> Roland Robiliard, *Président,* nous répond :

AREM a été créé il y a une cinquantaine d'années, une sacrée expérience déjà, quels sont vos enjeux pour l'avenir ?
«Nos enjeux sont de plusieurs natures. Tout d'abord, nous sommes plutôt une petite structure face à nos concurrents directs.
Notre domaine d'expertise est davantage axé sur les ventilateurs à hélices tandis que la demande se positionne principalement sur la turbine.
Le marché français est actuellement sclérosé avec une nette réduction d'activité.
Enfin, nous travaillons toujours avec les mêmes interlocuteurs.
Bref, nous nous devons de **nous adapter aux nouvelles conditions du marché et nous ouvrir à de nouveaux clients.** Cela passe par une évolution de notre activité.
C'est dans ce contexte et avec ces enjeux que j'ai fait la connaissance d'Etienne ROUSSEL.

De quelle nature a été l'accompagnement de COHESIUM ?
Clairement nous devions **nous positionner davantage sur les ventilateurs à turbines et surtout le faire-savoir.**
L'intervention de COHESIUM réside en premier lieu sur la stratégie à déployer et **les efforts de communication à mettre en place.**
Nous avons étudié les différentes pistes de développement, travaillé sur ces différents axes, réalisé la refonte de l'ensemble des supports print et web, ciblé les médias y compris et surtout les nouveaux média. Cela passe également par la définition d'un nouveau logo, d'une nouvelle charte visuelle, d'un nouveau catalogue produits déclinés sur l'ensemble de nos supports.

Nous avons également mené une réflexion sur **notre approche commerciale qui se doit d'être davantage proactive.** Nous avons une clientèle historique et fidélisée, et nous devons élargir notre champ d'actions et nous tourner vers la prospection.
D'autre part, nous sommes plutôt une petite structure dans un environnement ultra compétitif. Nous devons donc trouver des solutions pour ne pas nous faire dépasser. Avec Etienne ROUSSEL, nous menons une réflexion sur une démarche multi-entreprises avec une approche collaborative entre plusieurs entités aux compétences complémentaires. **Travailler à plusieurs nous permet d'être ensemble plus efficaces, notamment dans la R&D.** Chacun apporte son domaine d'expertise, ses outils et ses forces vives.

Pourquoi faire appel à une expertise comme celle de COHESIUM ?
D'une part, je n'ai ni le temps ni l'ensemble des connaissances pour parvenir à être sur tous les fronts. Je suis avant tout un financier et j'avais besoin d'un point de vue plus professionnel sur les aspects marketing et communication.
D'autre part, nous avons au sein de notre équipe un mélange de générations. Il fallait trouver quelqu'un qui sache **faire passer les messages à l'ensemble des interlocuteurs,** de 30 à 60 ans, notamment concernant notre staff de commerciaux.

J'avais donc besoin de l'accompagnement d'un spécialiste qui évolue dans ces métiers et surtout qui ait le recul nécessaire pour rendre efficace l'évolution en interne indispensable au bon développement de notre activité.
Débutée, il y a maintenant 1 an, nous avons quasi finalisé l'étape de mise en place de la nouvelle stratégie de communication. Il nous faut à présent la déployer au mieux.

L'expérience semble positive, quels sont pour finir les points forts de COHESIUM et d'Etienne ROUSSEL ?
Etienne ROUSSEL possède une capacité importante à comprendre vite les problématiques, à les reformuler en termes simples et à les faire accepter par l'ensemble des Acteurs de l'entreprise. Il passe très bien avec mes troupes. C'est très important.
Il est actif et réactif, avec une belle capacité de synthèse, dans le respect des délais impartis. Bref, toutes les qualités requises pour un consultant expérimenté et efficace.
Il est vraisemblable que notre collaboration ne s'arrêtera pas là. »

COMMERCIAL

▶ Développer

En France ou à l'international, aiguiser sa performance commerciale, se donner de nouvelles opportunités de développement et capter de nouveaux marchés

Pierre-Yves BECHEREL, Gérant

La société EASYFLEX, créée en 1999, était initialement rattachée au réseau de franchises PIRTEK, le n°1 mondial du dépannage de flexibles sur sites. EASYFLEX, avec une ambition de croissance forte, s'est émancipée de son statut de franchisé et s'est développée dans le domaine des **flexibles et raccords hydrauliques,** à la fois géographiquement, sur un secteur s'étendant de Béziers à la frontalière italienne, mais également en diversifiant son activité avec la création de sa filiale EASYFLEX Industries. Le groupe est à présent en mesure de répondre à toutes les demandes concernant les tuyaux, flexibles et raccords industriels et ce, quels que soient les domaines d'activité, les dimensions, les fluides véhiculés et les conditions spécifiques d'utilisation.
Mais ce développement ne s'est pas réalisé sans difficultés, notamment lors de l'acquisition de l'un de ses confrères de Nîmes.

> Pierre-Yves Becherel, *Gérant* nous parle d'EasyFlex :

Un concept fort qui nécessite un positionnement solide :
« Le concept de dépannage sur site avec une flotte de camions ateliers, initié aux origines par PIRTEK, est un concept puissant qui marche extrêmement bien en France et à l'international. La concurrence se développe vite.
C'est dans ce contexte, qu'il nous fallait évoluer sans tarder. Notre groupe, c'est aujourd'hui 36 personnes et un CA d'environ 4 M€.
Après Marseille, Montpellier, Nice, il était important pour nous de **nous positionner sur Nîmes et ses environs.** Cela était rendu possible par la cession d'activité de l'un de nos concurrents directs. **Ce rachat était stratégique** pour EASYFLEX. Néanmoins, le contexte était complexe.
Le cédant partait en retraite. Il a créé et porté son activité pendant plus de trente ans et éprouvait des difficultés à s'en défaire. Cette dimension psychologique n'était pas neutre.
Méfiant, il refusait entre autre de communiquer en toute transparence sur ses chiffres et résultats, ce dont nous avions besoin pour valider nos intentions de rachat.

Un bras de fer que COHESIUM a fait basculer ?
En effet, j'avais entendu parler d'Etienne ROUSSEL par un collègue et ami, Gérard LLEDO, Dirigeant du Groupe GLI, avec qui nous évoquons souvent nos problématiques de développement.
J'ai trouvé l'intervention d'un cabinet-conseil pertinente pour faire face à cette situation de blocage.
Etienne ROUSSEL nous a aidé à mener les négociations. Il a levé les différents freins et s'est progressivement attiré la confiance du cédant. De nombreuses discussions ont été nécessaires. Nous avons également réalisé un audit pour évaluer les résultats, les conditions de reprise et de financements. Cette analyse objective était déterminante pour définir un prix de rachat raisonnable au regard de la performance de l'entreprise.
Nous avons mis plus d'un an pour acquérir cette société. L'accouchement fut difficile !

Est-ce que COHESIUM a fait la différence ?
Indéniablement. Etienne ROUSSEL nous a permis de transformer l'essai. J'ai déjà perdu deux affaires que j'ai essayé de mener en direct. Cela m'a servi de leçon.
Dans le cadre de nouvelles opérations de développement par externalisation, je ferai appel de nouveau à COHESIUM. Quand bien même, nous pensons connaitre parfaitement le métier et ses enjeux, **l'intervention d'une tierce personne, bienveillante, persuasive, neutre et qualifiée permet de désamorcer bien des situations** qui entravent les opérations de rachat.

Quels sont les points forts d'Etienne ROUSSEL ?
Il possède de véritables capacités de négociation, analyse clairement les situations business et relationnelles entre les individus et fait preuve d'une communication pointue et très efficace.
En plus de notre rapprochement professionnel, j'ai sympathisé avec lui et nous sommes trouvés un goût commun autour du vin… Que vouloir de plus ! »

Quelques nouvelles de nos Protégés cambodgiens !

Nous sommes heureux de vous transmettre en cette fin d'année quelques nouvelles du foyer de Smong.
Comme vous le savez, la pagode est située près de la ville de Takeo, dans la province du même nom, au sud du Cambodge. Dans la tradition bouddhiste, les bonzes accueillent et nourrissent ceux qui viennent frapper à leur porte et disposent parfois de leur propre école.
Cependant, devant l'augmentation importante du nombre d'enfants demandeurs, Enfants d'Asie a pris en charge les enfants, à la demande des bonzes.

COHESIUM accompagne 34 enfants, orphelins ou abandonnés par leurs parents.
Nous soutenons également les familles qui n'ont pas les moyens de nourrir leurs enfants et de les envoyer à l'école.
Pour la rentrée scolaire 2016, chaque enfant a reçu un cartable, un uniforme scolaire, des cahiers et des stylos. La bibliothèque a également été rénovée et de nouveaux livres, ouvrages et documentations sont venues l'enrichir.
Les enfants de Smong se joignent à l'équipe de COHESIUM pour vous souhaiter une heureuse Année 2017, tant sur le plan personnel que professionnel.

Brèves

"L'homme n'était pas destiné à faire partie d'un troupeau comme un animal domestique, mais d'une ruche comme les abeilles" *Kant*

250 millions

de fleurs sont visitées par les abeilles d'un rucher en une saison. Elles parcourent ainsi plusieurs fois la distance de la terre au soleil.

Miel
Les trois quarts du miel consommé en France est importé. Cela devrait être pire cette année avec une récolte particulièrement mauvaise due à un hiver doux suivi d'un printemps pluvieux et d'un été sec.

Des nouvelles de notre ruche

Engagé dans la volonté de défendre la biodiversité, COHESIUM, s'investit dans le parrainage d'abeilles. Découvrez ci-dessous et le temps d'une lecture la vie incroyable de nos butineuses.

> Chronique du rucher

Chez les abeilles, on ne se pique pas de parité

Dehors les mâles ! C'est en substance ce qui arrive aux faux-bourdons, les abeilles mâles, lorsque l'été se termine.

© ivector - Fotolia

La petite société qui forme l'essaim devient alors uniquement composée de femelles et restera ainsi jusqu'au printemps suivant. Mis dehors sans ménagement, les faux-bourdons sont condamnés à périr : incapables de butiner, ils mourront de faim, de froid et d'épuisement. Le mot parité n'existe pas chez les abeilles... Elles les chassent avant les rigueurs hivernales car ils représentent des bouches à nourrir inutiles.

La fonction essentielles du faux-bourdon est la fécondation de la reine, qui a lieu au printemps. Cette même reine se met à pondre des oeufs de mâles dès que les fleurs abondent. Né d'un ovule non fécondé (le faux-bourdon cumule les malchances : il n'a pas de père), ce gros pépère se repère de suite avec son corps massif et des gros yeux. Contrairement à ses soeurs, il est bien accueilli, en haute saison, dans n'importe quelle ruche, même si ce sont les ouvrières qui doivent lui donner à manger.

Lui ne sait rien faire : ni construire les cadres, ni butiner ni même garder le temple puisqu'il est dépourvu de dard... S'il a de la chance - mais est-ce vraiment une chance au regard du destin tragique qui l'attend à l'issue de cet acte ? - il sera l'un des élus qui fécondera une reine lors de son vol nuptial. Il y laissera ses organes génitaux... et sa vie.

COHESIUM
de la stratégie à l'action
L'ENERGIE DE VOTRE PERFORMANCE
contact@cohesium.com
www.cohesium.com

© COHESIUM 2017- impression : Alliance PG - photos : Shutterstock copyright