la lettre COHESIUM

N°30 - Juillet 2018

RÉUSSIR EN ÉQUIPE ET GRÂCE À L'ÉQUIPE !

« Une équipe, ça se construit, l'esprit d'équipe ça se cultive ». Il faut y consacrer du temps, de l'énergie, de la volonté. Il faut se doter des moyens appropriés pour faire d'un groupe, une équipe orientée vers la réalisation d'un but commun et pour maintenir vivante l'équipe ainsi constituée. »

Equipe viendrait du vieux français « esquif », qui désignait à l'origine une suite de chalands attachés les uns aux autres et tirés par des hommes, est-ce l'image des bateliers tirant sur la même corde ou celle de bateaux attachés ensemble...toujours est-il qu'on a parlé un jour d'équipe de travailleurs pour réaliser une œuvre commune, puis ensuite d'équipe de sportifs pour gagner un match. Il y a donc dans ce mot un lien, un but commun, une organisation, un double dynamisme venant aussi bien de la tête que de l'ensemble, **une victoire à gagner ensemble.**

Assurément, **elle est le lieu où se développent les solidarités, où se renforcent les actions de chacun par le jeu des échanges, où s'unifie l'activité, où se crée un esprit commun.** Une équipe heureuse fait montre d'un climat chaleureux, **un climat de confiance,** où le sentiment d'appartenance est prégnant, **source de cohésion.** La cohésion est fondée principalement sur la qualité du lien d'appartenance de ses membres.

L'équipe a ses valeurs, ses codes moraux auxquels tous les Membres croient, adhérent, ce qui les fédère et crée le véritable esprit d'équipe. Chaque membre de l'équipe s'identifie à son groupe. **L'identification au groupe,** c'est sentir le groupe comme le sien, les réalisations du groupe comme siennes, ses succès et ses échecs comme siens.
Mais une équipe est fragile, **sa construction est longue,** c'est un construit humain où chaque individu a son importance. Un seul élément peut détruire cet équilibre instable tel un château de cartes. A l'opposé, une seule personne peut aussi être une source inestimable de motivation et d'apaisement dans une équipe.

Enfin, soulignons que **l'hétérogénéité des compétences est facteur de richesse des échanges, de créativité du groupe,** et d'une division efficace des rôles. Elle dynamise et enrichit l'équipe.
La complémentarité peut donc devenir un facteur important d'efficacité et de progrès mutuel.

Nous vous encourageons à constituer dans votre vie professionnelle et personnelle autant d'équipes que nécessaire pour réaliser vos projets de développement, car nous sommes convaincus chez COHESIUM que **« seul, il est possible d'aller vite, et qu'ensemble il est surtout possible d'aller plus loin et plus fort ».**

Avec tous nos encouragements,
L'équipe COHESIUM

STRATÉGIE P4

ÉTUDES P6

ORGANISATION P7

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL P8

SECOUE TA PME P9

COMMUNICATION DIGITALE P10

ZOOM COHESIUM FORMATION P11

NEWS COHESIUM P12

6 compétences "de la stratégie à l'action"

SAVOIR	CHOISIR	INNOVER	OPTIMISER	SÉDUIRE	DÉVELOPPER
Observer , analyser et comprendre son environnement et ses marchés	Définir son positionnement, différencier son offre et cadrer sa stratégie	Créer des atouts compétitifs, structurer son idée et piloter son projet innovant	Optimiser ses ressources humaines pour accomplir sa stratégie	Communiquer avec impact pour être identifié et se valoriser	Prospecter vendre, fidéliser ses clientèles, et développer son business
ETUDES	STRATEGIE	INNOVATION	MANAGEMENT	COMMUNICATION	COMMERCIAL

← LA STRATÉGIE → ← L'ACTION →

COHESIUM vous accompagne "à la carte" pour accroître vos performances

COHESIUM ETUDES

SAVOIR POUR DÉCIDER JUSTE

- Comprendre votre marché pour mieux vous positionner
- Être à l'écoute de vos clients, de leurs attentes
- Mesurer votre image et la satisfaction-client
- Tester vos projets
- Evaluer votre performance et votre offre sur le marché

COHESIUM STRATEGIE

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
- Se doter d'un business-model performant
- Construire et activer vos plans de développement
- Elaborer son business-plan

COHESIUM INNOVATION

CRÉER DE LA DIFFÉRENCE

- Générer de l'innovation
- Mettre en avant ses atouts différen-ciateurs
- Cadrer et structurer votre projet innovant
- Digitaliser et industrialiser vos process
- Innover dans la façon de vendre
- Lever des fonds pour accélérer

COHESIUM FORMATION

SE DOTER DES RESSOURCES HUMAINES

- 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

COHESIUM COMMUNICATION

COMMUNIQUER POUR SÉDUIRE

- Aiguiser votre identité et votre marque
- Valoriser vos différences
- Concevoir vos plans de communication
- Créer des outils efficaces et des actions pertinentes
- Mettre en œuvre votre communication et l'évaluer
- Intégrer la communication digitale et l'e-marketing

COHESIUM 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

← LE STRATÉGIQUE → ← L'OPÉRATIONNEL →

Ils nous font confiance

Nos clients	La problématique confiée
NATURE BOIS EMBALLAGE	▶ **NATURE BOIS EMBALLAGES :** Organisation commerciale
AltéAd	▶ **ALTEAD :** Cadrage du projet stratégique
mecanov'	▶ **MECANOV :** Etude sur la maintenance industrielle
LES ASSEYRAS	▶ **DOMAINE DES ASSEYRAS :** Développement commercial
NATILIA	▶ **NATILIA :** Stratégie de développement
WIT	▶ **WIT GRAINS :** Organisation interne
Gerflor theflooringgroup	▶ **GERFLOR :** Etude sur “le service-client”

Le baromètre BATIOBS

BRANDS at WORKS et COHESIUM s'intéressent à la façon dont les Artisans pratiquent la communication digitale

Prenez en compte les deux dates qui vous sont proposées pour venir vous informer sur “LE DIGITAL & l'artisan”

NOTRE **COMPÉTENCE**

STRATÉGIE

▶ Se projeter et définir sa stratégie d'entreprise pour les années à venir

CCI MARNE EN CHAMPAGNE

KIEFFER

Christelle LAURENT, Directrice générale

KIEFFER Menuiserie est une entreprise familiale, créée en 1927 par Gaston KIEFFER - le grand-père, puis reprise par son fils Jean-Michel KIEFFER en 1971, pour être maintenant dirigée par Sébastien KIEFFER et Christelle LAURENT, tous deux, frère et sœur et petits-enfants du fondateur.
L'un est chargé du management commercial et technique de l'entreprise, l'autre s'occupe de la gestion et des ressources humaines.
L'entreprise, située à Ormes près de REIMS, a pour activité principale la menuiserie bois & aluminium et l'agencement sur mesure, destinée aux professionnels et aux particuliers.
Avec 26 salariés et un savoir-faire transmis de génération en génération dans les règles de l'art et l'amour du métier, KIEFFER Menuiserie a pour objectif de continuer à perpétuer cette belle tradition familiale.

> Christelle Laurent, *Directrice générale,* nous relate l'expérience vécue avec COHESIUM :

« Nous étions arrivés à une taille d'entreprise charnière, 19 salariés, et avec Sébastien, **nous nous posions des questions sur le développement de l'entreprise.**
Nous avons rencontré Elise LEONARD de la CCI Marne qui nous a proposé un audit pour nous aider à projeter l'entreprise à 5 ans.
Cette intervention subventionnée par le « Grand Reims » nous a permis de rencontrer deux cabinets de conseil. Le courant est tout de suite passé avec Etienne ROUSSEL - Dirigeant de COHESIUM. Dès la première entrevue, il a été à l'écoute de nos questions et de nos attentes, nous aidant déjà à nous poser, à prendre le temps de structurer notre réflexion.

Comment s'est déroulée la mission ?
Etienne ROUSSEL a fait le diagnostic interne de l'entreprise et à interviewer également des Architectes et Clients principaux.
Une restitution nous a été présentée et nous avons travaillé sur les atouts et les carences, **ce qui a abouti à la définition d'une stratégie appelée « CAP 5 + 5 » :** 5 ans pour porter le niveau de CA à hauteur de 5 M€ avec une rentabilité minimale de 5 %.

Pour parvenir à ce résultat, il y a eu une analyse en commun avec **la mise en place d'un Comité de Direction (CODIR),** intégrant le Responsable de l'atelier agencement et celui de l'atelier aluminium.
Puis nous avons :

- **restructuré les Ressources Humaines** de l'entreprise : nouvelles qualifications, nouveaux objectifs avec la mise en place d'un plan de formation en parallèle,
- **fait évoluer un salarié de la production au dessin,**
- **recruté de nouveaux personnels à l'atelier agencement,**
- **créé deux nouveaux bureaux et une salle de réunion**
- **réfléchi à l'agrandissement des ateliers et des espaces de stockage.**

Ce sont de nombreux changements en peu de temps, ce qui réclame beaucoup d'énergie. Etre aidé par Etienne ROUSSEL est un plus, grâce à son expérience, son écoute toujours active, sa capacité à retranscrire nos idées en nous donnant des limites. **Il est un véritable guide et garde-fou.**

Quelle est la prochaine étape ?
A ce stade, le projet est lancé et nous avons besoin maintenant qu'Etienne ROUSSEL continue à **nous accompagner sur les impacts liés à ces nouveaux choix.** Il nous rassure, il nous cadre. Tout Chef d'Entreprise a besoin d'être accompagné pour être canalisé et aidé dans ses décisions.

Le côté calme d'Etienne ROUSSEL fait redescendre la pression liée à ces évolutions.
Nous travaillons donc à la mise en place de ce nouvel accompagnement, que nous souhaitons d'ores et déjà régulier dans le temps, afin de nous permettre de **valider** au fur et à mesure **les objectifs que nous nous sommes fixés. »**

▶ Optimiser sa stratégie commerciale pour développer sa visibilité et atteindre son équilibre économIque

David BURNEL, Président

PILLIVUYT est un fabricant français de porcelaine pour les arts de la table et le culinaire, historiquement situé à Mehun-sur-Yèvre dans le Cher.
Fondée, il y a 200 ans par Jean-Louis Richard, **PILLIVUYT est aussi une entreprise du patrimoine vivant, car elle a une part importante d'histoire et promeut le savoir-vivre français et la manufacture.**
Avec 60% de son CA à l'export, notamment au Danemark et aux Etats- Unis, PILLIVUYT est une marque avec une notoriété avant tout à l'international, tandis que celle-ci est assez faible en France.
PILLIVUYT emploie 180 personnes et maitrise l'ensemble de la chaine de valeur, du processus de fabrication de la pâte jusqu'à la distribution multicanale des produits fabriqués.

> David Burnel, *Président CEO, nous répond :*

« Dès mon arrivée en 2014, il était important de mettre en place un management du changement, afin de **dépoussiérer la marque pour accroître sa notoriété et retrouver aussi un équilibre économique.**
Depuis un an, des boutiques éphémères ont vu le jour.
Plus récemment, nous avons créé un concept mobile innovant, un camion en mode food-truck, présent en juin au « Grand Palais » à Paris, puis à Chambord et dont la vocation est triple :

- pédagogique : vidéo de fabrication des produits et tests culinaires réalisés par des Chefs
- commerciale : remorque pour la vente des produits
- service associé : restaurant avec une terrasse-camion de 30 couverts

Ces initiatives permettent de sortir d'un modèle économique du « vieux monde », comme je le nomme, qui était axé sur le produit, la distribution Retail et B to B, donc trop concurrentiel **pour aller vers un modèle de services qui valorise le produit tout en prenant en compte l'insight client.**

Pourquoi avoir fait appel à COHESIUM ?
C'est la DIRECCTE qui nous a mis en relation, en nous proposant la réalisation d'un diagnostic API afin d'une part d'analyser les raisons de la baisse de notre CA et d'autre part de définir la feuille de route à engager pour **« vendre un service »,** et éviter ainsi de nous batailler sur les prix ?

Comment vous a accompagné COHESIUM ?
Tout d'abord, grâce à son profil d'Expert extérieur à la société (financé par un tiers tel que la DIRECCTE), COHESIUM a eu **un impact fort en matière de lobbying auprès de l'équipe commerciale,** ce qui a permis de **faire comprendre la nouvelle stratégie** et de valoriser ses différents déploiements opérationnels.

Puis, COHESIUM est intervenu sur **la structuration de l'équipe commerciale** en apportant une nouvelle dynamique, en structurant l'équipe pour répondre à ces nouveaux axes de services, et en précisant nos facteurs de différenciation sur les marchés émergents, à travers une offre personnalisée, s'orientant, par exemple, sur de la location de vaisselle aux armoiries du client.

Quelles ont été les autres plus-values de COHESIUM dans cette mise en œuvre ?
Bien que frileux au départ à travailler avec un Cabinet de Conseil, compte-tenu de mon passif d'industriel et d'ingénieur, l'intervention d'Etienne ROUSSEL a apporté **une autre dynamique intellectuelle, m'a évité de douter,** m'a permis **d'être conforté dans les décisions à prendre et d'avoir plus d'assurance** dans cette période de transition, de **« s'inventer et se réinventer »,** et ce grâce aux échanges qu'il a su développer dans un climat sympathique, en **proposant au final plus de l'accompagnement que du consulting.**

En conclusion, **il est important** dans un contexte de conduite de changement de l'entreprise, de surcroit en période de fragilité économique de :

- **pouvoir être entouré** et savoir disposer, pour un chef d'entreprise, des outils et soutiens pour prendre du recul et se donner les moyens de réussir,
- trouver un financement de l'Etat pour assurer le développement de l'activité pendant cette période de transition.

Enfin, je ne manquerai pas d'insister sur le fait que PILLIVUYT est le savoir-vivre français du terroir. »

NOTRE **COMPÉTENCE**

ÉTUDES

▶ Accompagner la mise en œuvre et le déploiement d'un projet innovant

option service telecom

Philippe LAREDO, Président

OPTION SERVICE, qui a fêté ses 30 ans l'an dernier, est un opérateur télécoms alternatif, comme l'explique Philipe LAREDO, son Président. Grâce à son savoir-faire en Ingénierie Télécom et Réseau, OPTION SERVICE Telecom compose les infrastructures de communication nécessaires au bon fonctionnement des systèmes d'information et assure des services de téléphonie, d'hébergement de données et de télévision connectée pour les entreprises et établissements hospitaliers principalement dans la région des Hauts de France.
18 personnes au sein d'OPTION SERVICE Telecom travaillent avec une quinzaine de grands opérateurs de réseaux privés et publics pour l'interconnexion et la collecte de données en ADSL, SDSL ou fibre optique en fonction des besoins du client. Les infrastructures de communication installées à Noyon dans l'Oise garantissent le meilleur débit d'accès à internet.

> Philippe Laredo, Président raconte l'aventure de ce projet innovant :

« Notre marché est très concurrentiel et concentré, et dans lequel un opérateur alternatif, tel qu'OPTION SERVICE Telecom se doit de faire preuve d'une offre avec toujours plus de services pour **apporter sans cesse de la valeur ajoutée à ses clients finaux** et pérenniser ainsi son activité.
Il y a quelques mois, Monsieur LAREDO et son équipe ont développé une innovation produit, **la box IPTV,** permettant d'offrir un bouquet de services multimédia aux hôpitaux et maisons de retraite à moindre cout. Il s'agissait alors de repenser la stratégie de développement de ce nouveau produit et de la promouvoir.

Est-ce à ce moment-là que vous avez fait appel à COHESIUM et rencontré Etienne ROUSSEL ?
Je connaissais Etienne ROUSSEL que j'avais rencontré dans le cadre d'une étude stratégique sur l'avenir du cluster INTELLI'N.
Pour ce nouveau projet, Etienne ROUSSEL est venu accompagner de Nicolas PIERRET, en charge de COHESIUM Innovation.
Pour OPTION SERVICE Telecom, **la vraie plus-value de COHESIUM dans le cadre de ce projet a été de réfléchir autrement** pour lancer commercialement « la Box ». Cette réflexion a

permis **d'identifier un « Go to market » original** permettant d'ajouter de nouveaux services à une activité traditionnelle existante.
Résultat => **une innovation adjacente permettant de passer d'une « box de services » à une « box de transports de flux multimédia », un hub ouvert de services multimédia en quelque sorte.**
Cet éclairage nouveau sur la stratégie produit nous permet de présenter **une offre innovante à destination des maisons de retraite et des hôpitaux (incluant le bouton d'appels du malade)** agrandissant ainsi le potentiel de la clientèle régionale et nationale d'OPTION SERVICE (qui est issue du secteur public à 65%). Les retours sont aujourd'hui très prometteurs.

Les prochaines étapes avec COHESIUM ?
Le nouveau prototype est au point et avec Nicolas PIERRET, nous avons finalisé le business plan.
Trouver les fonds est la prochaine étape sur laquelle COHESIUM nous accompagne grâce à **sa connaissance du processus de levée de fonds,** son expertise rédactionnelle de ce type de projet, sa capacité à le valoriser et surtout son réseau de financeurs, indispensable à la réussite opérationnelle du projet.

L'accompagnement d'Etienne ROUSSEL et de Nicolas PIERRET est **un vrai stimulant,** un soutien précieux. Le binôme est complémentaire, avec un ADN commun : humain, ouvert, positif.

Nous travaillons main dans la main, échangeons régulièrement sur les avancées et tout ça me va bien ! »

Investir sur l'organisation humaine de l'entreprise pour asseoir sa performance

Christel FAUCOMPREZ, Directrice générale

La société EMB-EMEBAT, anciennement EMEBAT a été reprise le 1er juin 2016 par Christel FAUCOMPREZ et se situe maintenant à Witry-les-Reims. Fabricant sur mesure de menuiserie en PVC et Aluminium, EMB-EMEBAT met à disposition de ses clients un show-room, un service de pose et l'étude du crédit d'impôt.
Une offre de fermetures avec de larges gammes et un service après-vente complètent l'offre et positionnent EMB-EMEBAT sur l'ensemble de la chaine de valeur des prestations de menuiserie.
15 personnes sont ainsi à la disposition de la satisfaction-clients.

Un enjeu majeur de réussite pour EMB-EMEBAT : les ressources humaines.

> Christel Faucomprez, *Directrice générale,* nous raconte :

« Je suis une femme et je ne suis pas issue du domaine du bâtiment. J'ai cependant une expérience de 25 ans à la direction d'une exploitation viticole de champagne. Ainsi j'ai appris que **l'implication et l'engagement de ses collaborateurs** sont des conditions essentielles pour réussir une reprise de société et développer son activité.

Mon premier objectif a donc été de faire le nécessaire pour qu'EMB-EMEBAT **devienne,** durablement, **une entreprise familiale au management bienveillant.**

Mon autre objectif a été de développer la visibilité de la société : j'ai donc rejoint « Connecting Entrepreneurs » animé par la CCI Marne. Ce réseau m'a permis de rencontrer Elise LEONARD de la CCI et de mettre en place un diagnostic CCI MAP consistant à élaborer les meilleures orientations de développement. J'ai pu ensuite rencontrer deux cabinets de conseil. Mon choix s'est porté sur COHESIUM, Etienne ROUSSEL, qui m'a proposé le meilleur plan d'actions, structuré et adapté, pour atteindre mes objectifs.

Un accompagnement en phase avec la culture d'EMB-EMEBAT

Etienne ROUSSEL a su me donner les clés du management qu'il me fallait adopter, compte-tenu du contexte. A l'écoute, réactif, disponible, de bons conseils, avec lui, j'ai réorganisé la société, déterminé les missions des collaborateurs, mis en place des réunions de direction, commerciales et générales afin de mobiliser l'ensemble des collaborateurs. **Une concertation et une communication entre les services sont maintenant instaurées.**

Dans cette première phase, Etienne ROUSSEL m'a permis d'asseoir ma légitimité et de gagner la confiance de l'équipe dans cette transformation en m'aidant à prendre les bonnes décisions. Désormais, **l'équipe est dans une trajectoire positive et se projette.**

La prochaine étape est de présenter à l'ensemble du personnel, les objectifs, les fiches de poste, les missions et le nouvel organigramme.

Et quels sont vos prochains objectifs ?

Il est indispensable pour moi de continuer à être soutenue pour que cette mise en œuvre puisse être pérennisée et **passer un cap supplémentaire en renforçant l'action commerciale.**

La satisfaction-clients et la cohésion de l'équipe restent deux axes à cultiver dans le temps.

J'ai acté avec Etienne ROUSSEL la poursuite de son accompagnement pour m'assurer des conditions de réussite à venir. Sa présence est positive, réconfortante, encourageante, car il est toujours optimiste. »

NOTRE **COMPÉTENCE**

COMMERCIAL

▶ Développer, élaborer sa stratégie commerciale et la mettre en œuvre

CCI MARNE EN CHAMPAGNE

J.Y Perard CHAMPAGNE

Jean-Yves PERARD, Président

En 2012, Jean-Yves PERARD, reprend l'exploitation viticole PERARD. Un héritage familial datant de 1635, année où le premier vigneron de la famille s'installe à Cernay-les-Reims, sur les versants du Mont de Berru, exposés au Sud, sur la Montagne de Reims et s'épanouissant entre 130 et 210 mètres d'altitude. Son sous-sol crayeux date du campanien, il y a 75 millions d'années.
Le premier objectif de ce jeune repreneur, est de perpétuer la tradition, basée sur un travail des vignes de manière raisonnée pour élaborer des vins de qualité en mettant en avant un terroir de vieilles vignes où règne le chardonnay.
Son second objectif, commercialiser l'intégralité de la production qui aujourd'hui représente quatre gammes de champagne :
- Un Blanc de blancs (la référence Chardonnay)
- Un Rosé
- Un Extra brut
- Un Blanc de blancs millésimé

Pour parvenir à cette réalisation, Jean-Yves PERARD décide d'être conseillé dans sa stratégie de développement et de mise en œuvre.

> Jean-Yves Perard, *Président,* nous répond :

Du métier de viticulteur au métier d'entrepreneur

« Notre ADN, notre expertise c'est la vigne. Développer, grâce à une posture d'entrepreneur, est un autre métier sur lequel il était indispensable de nous situer, de **connaître notre maturité et les axes d'amélioration pour mettre en avant notre production ».**

Jean-Yves PERARD fait donc appel à la CCI de la Marne, par l'intermédiaire de son épouse, membre de « créer au féminin » et rencontre Elise Léonard, Conseillère en développement de la CCI de la Marne.

Un questionnaire orienté entreprise, basé sur des critères de performance a permis de formuler nos besoins et décider des axes à opérer. Puis trois cabinets de conseil, experts en développement commercial, proposés par Elise Léonard ont été sollicités afin de nous proposer un accompagnement en adéquation avec nos attentes.

Le choix de COHESIUM et les actions mises en place ensemble

Etienne ROUSSEL nous a très vite apparu plus efficace, en se démarquant par sa capacité à **proposer une approche globale de commercialisation.**

Des références dans le champagne auprès d'autres vignerons et d'autres régions viticoles démontrant la capacité de COHESIUM à être le bon interlocuteur a conforté notre choix.

La mise en œuvre d'un plan d'actions élaboré ensemble, nous amène aujourd'hui à proposer notre gamme de champagne à des chefs restaurateurs, gage de qualité de nos produits et valorisant pour notre marque de champagne Jean-Yves PERARD.

Ce nouveau positionnement nous encourage à rechercher de nouvelles cibles en France et l'étranger et à poursuivre tout logiquement vers de nouvelles cibles encadré dans cette démarche par Etienne ROUSSEL.

Nous sommes également dans une phase de fidélisation et de nouveaux chantiers tels que **l'évolution de notre marque, sa visibilité, son positionnement.**

Que retenez-vous d'ores et déjà de cet accompagnement ?

Dès le début et tout au long des différentes étapes de ce développement, et encore maintenant d'ailleurs, nous avons été poussés dans nos retranchements, nous obligeant **à acquérir des compétences durables dans le temps plus que d'obtenir des solutions toutes prêtes et immédiates.**

Nous avons une meilleure vision du marché, nous sommes confortés dans nos projections.

Des rencontres avec d'autres acteurs de la profession et d'autres Chefs d'Entreprises dans d'autres secteurs tels que la métallurgie par exemple, nous ont permis de **benchmarker, acquérir de bonnes pratiques, nous questionner dans une ambiance parfois ludique propice à l'envie et au dépassement de soi.**

En conclusion, ce processus d'accompagnement, via la CCI de la Marne et en la personne d'Etienne ROUSSEL, a été essentiel pour sortir de notre isolement et acquérir la confiance en soi nécessaire à la réussite pérenne des Champagnes Jean-Yves PERARD dans un environnement toujours plus exigeant.

Nous avons acquis une posture d'entrepreneur tout en préservant notre métier de viticulteur. »

Secoue ta PME

COHESIUM et son Directeur Associé Nicolas PIERRET lancent un nouveau programme d'accompagnement stratégique et digital à destination des PME industrielles : **« Secoue ta PME ».**
Comme son nom l'indique, ce programme a pour but de challenger l'entreprise et ses équipes, afin de **détecter les leviers de croissance et les axes d'amélioration** pour **accroitre sa performance.**
Ces leviers sont principalement issus de l'intégration des nouvelles technologies dans les processus de production.

« Secoue ta PME » est un programme qui se décompose en **3 séquences d'accompagnement réparties sur 8 jours :**

1

DÉFINIR

Identification des savoir-faire, des facteurs clés de succès et des opportunités :

- Entretiens individuels et collectifs
- Veille concurrentielle
- Management de l'innovation

3 jours

2

CHALLENGER

Propositions de développement et choix des solutions :

- Sourcing technique
- Analyse stratégique
- Echanges et prise de décision

1 jour

3

EXECUTER

Mise en oeuvre & suivi des plans d'actions, avec l'identification des sources de financement :

- Intégration des solutions
- Organisation et structuration
- Formation des équipes

4 jours

Qu'entendons-nous, chez COHESIUM, par transformation digitale et intégration de nouvelles technologies ? Non, ce n'est pas uniquement créer une page Facebook, naviguer sur twitter ou construire un site e-commerce dédié. La transformation est bien plus profonde et puissante.
En effet, la transformation digitale a souvent concerné des sujets qui se voient et touchent directement le client, quitte à être souvent délaissée par les industries et les entreprises en BtoB. On parle beaucoup d'expérience client dans le digital.
Cependant, lorsqu'on adosse un guichet « digital et expérientiel » à une arrière-boutique conçue pour « l'ancien monde », on dysfonctionne plus vite et à plus grande échelle. L'expérience se transforme en frustration et met en avant toutes les incohérences internes qu'il aurait fallu traiter avant.

De ce fait, **le plus grand gisement de valeur de la transformation digitale** ne **se situe** pas dans le marketing ou l'expérience-client mais **sur l'ensemble du process de production :**

- **Gagner en agilité** avec des systèmes de production flexibles et **une gestion de projets performante** de la conception à la satisfaction client.
- **S'affranchir, grâce à l'automatisation et la robotique, des tâches répétitives** pour se consacrer à la qualité, l'innovation et l'amélioration continue.
- **Tirer parti de l'internet des objets et du cloud** pour piloter la production et la supply-chain, et s'assurer une traçabilité des opérations.

C'est là que non seulement les gains sont les plus importants mais que l'entreprise est moins facilement copiable par la concurrence, avec un avantage concurrentiel unique et largement plus pérenne. Ce qui fonctionne le mieux en matière de digital c'est **l'industrie 4.0.** Elle fonctionne déjà de manière concrète avec un ROI tangible. A ce titre, Emmanuel Lechypre, éditorialiste économique à BFM, s'est intéressé récemment à l'impact de la réussite de la transformation digitale d'une entreprise. D'après une synthèse de plusieurs études de cabinet de consulting, une transition numérique réussie représenterait **15 à 20% de CA supplémentaire.** En effet, un virage digital bien négocié signifie une bonne optimisation de sa politique de tarification, un meilleur ciblage de ses clients, l'optimisation de ses dépenses marketing, un raccourcissement des délais de livraisons ou d'approvisionnement, une optimisation de la logistique ou encore une meilleure quantification de l'influence des réseaux sociaux.

Enfin, la transformation digitale concerne aussi les collaborateurs afin d'améliorer leurs conditions de travail, attirer les talents et favoriser leur créativité.
Dans la pratique, il existe aujourd'hui de nombreux outils technologiques peu couteux qui peuvent améliorer la productivité de votre entreprise et vous permettre de vous concentrer sur votre savoir-faire :

- **Un CRM** sur le cloud pour optimiser le suivi des prospects et clients : TEAMLEADER, PIPEDRIVE, SELLSY
- **Un ERP** pour collecter toutes les données essentielles de votre entreprise et suivre la production en temps réel
- **Un outil de maintenance prédictive** pour anticiper et éviter vos pannes : CYM IOT, SICARA
- **La maintenance et le contrôle de production en réalité augmentée :** DIOTA
- **Votre comptabilité en ligne :** COMPTA CLEMENTINE
- **La gestion de vos paies, des frais et des congés :** PAYFIT
- **Un logiciel de gestion des stocks depuis votre mobile :** MONSTOCK
- **Une néo-banque en ligne à moindre frais :** QONTO, IBANFIRST

Ceci n'est qu'un bref aperçu et les solutions ne manquent pas pour répondre à vos besoins spécifiques.
Alors lancez-vous et parlons-en !

Pour plus d'information, visitez notre site internet :
https://www.cohesium.com/fr/innovation/secoue-ta-pme/
et contactez Nicolas PIERRET
Directeur COHESIUM Innovation
npierret@cohesium.com
Mobile : 06 21 33 61 35

FOCUS

DÉVELOPPER VOTRE COMMUNICATION DIGITALE

Le monde change et la réussite passe par un élargissement de votre écosystème et de votre place dans celui-ci. La communication d'aujourd'hui s'enrichit avec les outils digitaux et votre positionnement doit vous permettre de développer votre image de marque, attirer des prospects et créer des relations d'échange et de confiance avec votre réseau.

POUR QUELS BÉNÉFICES ?

- **Développer votre visibilité et accroître votre réseau** professionnel et personnel, et enrichir notamment votre base de données prospects et clients.
- **Renforcer vos liens et échanger** avec les contacts privilégiés de votre profession.
- **Améliorer votre communication digitale** comme un atout pour optimiser votre communication classique et accroître tant votre notoriété que votre reconnaissance.

POUR QUELS RÉSULTATS ?

- **Augmenter le nombre de visiteurs** et le nombre de clics sur votre site internet : analyse statistique de chaque page du site avec Google Analytics.
- **Développer en nombre vos abonnés** sur chaque réseau social.
- **Analyser les interactions** avec vos publications sur votre site web et vos réseaux sociaux : impressions, mentions, nombre de partages, commentaires et like.
- **Déterminer le nombre de leads** issus de votre communication digitale : taux de conversion, inscriptions et téléchargements de newsletters et livres blancs.
- **Gérer le trafic et l'audience** pour chaque réseau social.

LE DIAGNOSTIC

Objectifs :

- Faire un état des lieux de votre stratégie de communication
- Lister les Facteurs Clés de Succès de votre stratégie de communication digitale

LE CONSEIL

Objectifs :

- Elaborer votre stratégie de communication digitale
- Définir un plan d'actions pragmatiques et opérationnelles
- Augmenter votre visibilité sur internet
- Créer et renforcer votre présence sur les réseaux sociaux

L'ACCOMPAGNEMENT

Objectifs :

- Dérouler le plan d'actions pragmatiques et opérationnelles défini
- Mettre en place des solutions et des outils adaptés et durables tels que les indicateurs clés de performance comme Google Analytics
- Communiquer sur vos activités et vous faire connaître
- Transformer vos Clients en Ambassadeurs

PRÉSENTATION DE LA CONSULTANTE QUI VOUS ACCOMPAGNE

« Je suis Mélanie Saint-Péron, Community Manager chez COHESIUM depuis 3 ans. Je suis diplômée d'un Master en Marketing et Management appliqués, spécialisation Développement Commerciale et Communication digitale à l'IDRAC. Vous trouverez ci-après les missions que je vous propose : déploiement de stratégie de communication digitale, suivi de reporting statistiques mensuels via des KPI indicateurs clés de performance, émission de recommandations…
De manière plus concrète, j'anime des campagnes de réseaux sociaux, la mise à jour de contenus sur site web en lien avec l'optimisation du référencement de celui-ci, la veille concurrentielle digitale, la gestion des campagnes emailing etc. Actuellement, j'accompagne des stratégies de communication digitale auprès de plusieurs clients : PME dans divers secteurs comme le BTP et l'industrie, la filière bois, le secteur viti-vini, l'agriculture et l'agro-alimentaire ou encore le prêt-à-porter. »

ZOOM SUR LA FORMATION

cohesium formation

PAUSE & PLAY !

Tout ce que vous savez sur la formation professionnelle... oubliez-le ! Pourquoi ? Parce que c'était hier et qu'aujourd'hui est complètement différent.

VIRAGE à...

361°

Hier encore, on vous proposait des formations "X "conçues pour les postes "Y" des entreprises du secteur "Z". Individus et entreprises étaient interchangeables : les formations étaient conçues sur la base du dénominateur commun. **« One size fits all ».**
COHESIUM met fin à la recette universelle en n'offrant que des **formations sur-mesure.**
Fini le catalogue où il s'agit de cocher la formation qui se rapproche le mieux du besoin. **Finie la formation où 50% du contenu ne colle ni à l'entreprise ni à son projet.**
Qui dit formation sur-mesure dit "compétences sur-mesure". Imaginez l'impact sur l'efficacité… et sur votre croissance.
C'est ça, COHESIUM. Nous appuyons sur la touche « pause », nous analysons, nous comprenons, nous réfléchissons, nous planifions, puis nous enclenchons la touche « play » génératrice de mouvements et de succès.

Quelques exemples de formations en cours

Toutes les passerelles sont possibles entre les trois pôles : management, commercial, développement de soi, qui sans cesse s'entrecroisent.
Nous élaborons des formations sur mesure, adaptées à chaque besoin et assurons l'accompagnement opérationnel

- Instaurer une organisation de management par projet
- Organisation et développement commercial
- Devenir chef d'entreprise
- Optimiser les pratiques de management et de communication
- Prendre la parole en toutes circonstances
- Mettre en place et gérer sa communication digitale
- Développer sa présence sur les réseaux sociaux
- Devenir manager coach
- La spirale dynamique pour conduire le changement

L'approche COHESIUM est basée sur le fait que vous êtes unique et que vos collaborateurs sont uniques aussi.
De là, offrir des formations généralistes et généralisantes conçues pour tout le monde n'a aucun sens.

Nous n'avons pas vocation à former la planète.
Nous formons vos ressources pour qu'elles montent en compétences au sein de votre entreprise.

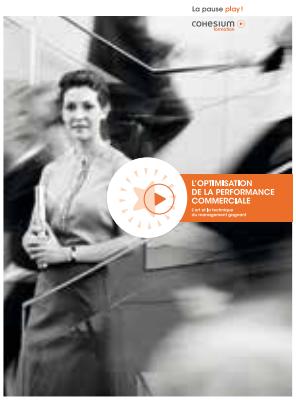
Le "1" c'est vous ! Et ça change tout.

Savoir | Choisir | innover | Optimiser | Séduire | Développer

PREMIÈRE ÉTAPE : **« PAUSE »**
Temps d'arrêt. Avant d'imaginer la formation optimale, nous avons besoin d'analyser et de comprendre quel est votre projet. En profondeur, c'est-à-dire en vous situant dans votre marché et en vous interrogeant sur votre stratégie. Cette réflexion nous assure que **la formation sera bâtie sur-mesure et que les compétences acquises par l'apprenant se traduiront par une agilité réelle au quotidien.**

DEUXIÈME ÉTAPE : **« PLAY »**
Au lendemain de sa formation, **le stagiaire est devenu un acteur pleinement compétent.** Dès le moment où il appuie sur « play », **il est en mode opérationnel au sein d'une équipe qui avance dans la cohésion, la cohérence et la complémentarité. Il fait partie de la « dream team » qui le propulse, lui et son entreprise vers les sommets visés.**

Nos domaines de compétences



Bravo à nos petits Cohésiens ... et l'avenir est assuré !

Nos jeunes protégés du Racing Nanterre Rugby ont participé au tournoi international de Pesaro (Italie), rassemblant 20 équipes.
Le Club (catégorie des moins de 12 ans) a gagné ce tournoi, pour la première fois depuis 2008.

COHESIUM affine aussi sa stratégie !

Les 2 & 3 juin, l'Equipe COHESIUM a cultivé sa COHESION en se réunissant en séminaire.

Les principaux sujets qui ont été évoqués portaient sur les 7 axes de réflexion - action suivants :

> **Se donner une stratégie de développement** pour les 3 prochaines années.
> **Affiner l'offre COHESIUM** dans la globalité de sa chaîne de valeur.
> **Positionner les talents et les compétences** de chacun dans le projet stratégique défini.
> **Consolider et renforcer les valeurs** de l'équipe
> **Optimiser la Communication interne et externe**
> **Définir les investissements** humains, techniques et commerciaux à entreprendre
> **Mettre à jour nos objectifs** qualitatifs et quantitatifs.

Autant de décisions qui ont été prises et d'actions qui vont être menées et dont vous serez les principaux bénéficiaires.

Merci pour votre accompagnement bienveillant.

Brèves

60 000

C'est le nombre d'abeilles contenues dans une colonie au plus fort de son développement. Il peut même monter jusqu'à 70 000, soit le double de ses effectifs hivernaux.

ABEILLES EN SCOOTER

Scène de panique jeudi 19 avril dans les rues du centre-ville de Nice ! Un essaim s'est posé sur un scooter garé devant les Galeries Lafayette. L'événement a suscité la curiosité et la crainte des passants. Stéphane, l'apiculteur de Pollinium, a réussi à le récupérer après deux heures d'efforts et de ruses. La reine s'était en effet réfugiée à l'intérieur du carénage. D'aucuns ont attribué cet essaimage au bruit et à la fumée occassionnés par une manifestation dans le secteur le matin même.

Des abeilles et des hommes

Engagé dans la volonté de défendre la biodiversité, COHESIUM s'investit dans le parrainage d'abeilles.

Croissance ou développement ?

Une ruche en pleine forme, au cœur d'un système floral épanoui, peut compter jusqu'à 60 000 abeilles. Sa capacité de production est alors à son maximum. L'apiculteur se réjouit de voir le stock de miel augmenter rapidement.
Il pourrait alors souhaiter des abeilles encore plus nombreuses, plus fortes, plus productives, et donc tout faire pour favoriser la croissance de la ruchée, se dire qu'une ruche comptant par exemple 100 000 abeilles lui rapporterait encore plus !
Mais cela n'est pas possible : au-delà de 60 000 abeilles environ, la ruche ne grandit plus : pire, elle se divise en deux moitiés dont une quitte la maison pour constituer un essaim. Celui-ci va conquérir de nouveaux espaces et fonder une seconde colonie à partir des forces de la ruche souche. Faire deux à partir de un.
Il semble qu'au-delà de 60 000 individus, l'hormone de cohésion produite par la reine n'est plus suffisante pour permettre à toutes les abeilles de s'identifier à la colonie.

Les abeilles ne prennent pas le risque d'une dissociation de leur unité du fait d'une population trop importante. **Mieux vaut interrompre une croissance excessive en réinvestissant ces forces dans l'essaimage.**
Les abeilles préfèrent "sagement" le développement à la croissance sans limites. Et vous ?

Henri Duchemin
apiculteur, sociologue et fondateur de Melilot Consulting

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

© COHESIUM 2018 - impression : Alliance PG - photos : Shutterstock copyright