

■ CEFCCYS

Femmes et Cybersécurité : enjeu sociétal majeur ?

À n'en pas douter au regard de la pénurie d'experts et de l'explosion des menaces. Le rôle des femmes est des plus stratégiques pour Nacira Salvan, responsable de la Sécurité et des Systèmes d'Information au ministère de l'Intérieur et fondatrice du Cercle des Femmes de la Cybersécurité (Cefccys). Explications.



Nacira Salvan, Présidente fondatrice du CEFCCYS

Avec une cyber attaque toutes les 14 secondes, la cyber menace ne connaît pas la crise ?

Nacira Salvan : Effectivement, mais la cyber protection, elle, connaît une pénurie préjudiciable de main-d'œuvre ; il n'y a pas moins de 3,5 millions d'emplois à pourvoir dans le monde ! Elle est en état d'urgence absolue face à l'explosion et la professionnalisation des cybers attaques.

Les femmes seraient-elles l'avenir de la cyber sécurité ?

N. S. : Parfaitement. Face au déficit d'experts, elles représentent un vivier important de talents qui permettrait de répondre à l'urgence. Aujourd'hui, la cybersécurité a besoin des hommes ET des femmes. L'augmentation de la proportion des femmes est désormais un enjeu sociétal et économique.

Alors, comment expliquez-vous qu'elles ne soient que 10,6% en France* ?

N. S. : Plusieurs raisons y concourent : Leur faible représentativité dans les domaines de la techno, des sciences, de l'ingénierie ; le manque de connaissance et de sensibilisation aux métiers de la filière ; des offres d'emploi trop genrées ; des clichés



Les lauréates 2021 de l'European cyber women day, le trophée qui célèbre des femmes aux parcours et aux réalisations remarquables à travers toute l'Europe.

stéréotypés (filière purement technique, métier d'hommes...), sans oublier aussi l'acceptabilité d'une femme dans une équipe d'hommes... Autant de facteurs qui altèrent leur perception de ces métiers, mais aussi leur capacité à les embrasser. Pour aboutir au syndrome de l'imposteur, qui annihile toute initiative. Et pourtant, elles y ont toute leur place. Croyez-moi.

Vous créez le Cefccys en 2016. Pour changer la donne ?

N. S. : Tout à fait. Changer la donne en matière de comportement, de pratiques, faire reconnaître ce savoir-faire féminin, offrir une réelle visibilité à la filière et à ses opportunités. Et montrer sans démontrer que les femmes peuvent être des acteurs clés. Et depuis, nous sommes plus de 300 adhérents/sympathisants en France et en Europe à innover ce changement.

Quelles sont les ambitions du Cefccys ?

N. S. : Valoriser et professionnaliser les compétences des femmes ; organiser et/ou participer à des événements ; déployer des actions auprès des plus jeunes à l'usage sécurisé du numérique et sensibiliser l'éco système à l'importance de la parité homme/femme. Notre futur label Cefccys viendra, à terme, labéliser les entreprises qui œuvrent dans ce sens.

Master classes, formation, recrutement... vous apportez un accompagnement complet !

N. S. : Nous sommes partenaire des femmes de A à Z. Cela passe par des sessions de sensibilisation et des masters classes qui leur dévoilent les métiers de la cybersécurité. Nous les conseillons dans le choix d'une formation, et restons à leurs côtés dans leur recherche d'emploi via des salons et des job dating que nous co organisons avec avec Cyberjobs. Et continuons à les accompagner durant leur prise de fonction.

Quel est l'objectif de vos programmes de mentoring personnalisé ?

N. S. : De transmettre et d'accompagner de jeunes étudiantes, des femmes en



Je ne porte pas de sweat à capuche, pourtant je travaille dans la cybersécurité

Attiré par les métiers de la Cyber ? Alors, procurez-vous ce guide2 qui recense les métiers, formations et opportunités et met en lumière 23 témoignages de CyberWomen. Éditions E-theque.

reconversion comme des femmes en poste. Il leur permet de donner un nouvel éclairage à leur orientation professionnelle, définir leurs objectifs de carrière, planifier la bonne stratégie, éviter les écueils... Dans ce prolongement, nous avons aussi mis en place du mentorat groupé notamment pour l'IAE Gustave Eiffel.

À quand votre propre centre de formation en cyber sécurité ?

N. S. : Certainement l'année prochaine puisqu'en 2022, nous rejoignons le Campus Cyber, l'endroit idéal pour former directement les femmes et les accompagner vers la spécialisation dans ces métiers.

*Enquête Anssi 2021



nsalvan@cefccys.com
www.cefccys.fr

■ ASPARK CONSULTING

L'intelligence collective au service de la RSE

En intégrant l'intelligence collective, ce cabinet de Conseil en Organisation, déjà réputé pour son approche singulière de la transformation, change la donne en matière de RSE. Une démarche innovante et porteuse de sens. Découverte.

La RSE, plus qu'un vœu... c'est surtout une composante forte de la culture d'aSpark ?

Aurélié Gauthier : Tout à fait. Cela fait partie de l'ADN de notre cabinet et fait écho à mon engagement personnel sur le terrain en tant que déléguée à la transition énergétique et aux circuits courts et locaux de ma ville ou encore, ambassadrice MyCO2... C'est le résultat d'une prise de conscience qui nous a incités depuis deux ans à repenser notre cabinet sous l'aune de la RSE, en réalignant nos valeurs personnelles et professionnelles. Je suis convaincue qu'il est du devoir de tout chef d'entreprise de revoir la manière de faire son métier en étant socialement responsable. Et c'est pourquoi, chez aSpark, nous sommes tous mobilisés en ce sens et avons construit une feuille de route RSE ambitieuse.

Développer une offre RSE : une évidence ?

A. G. : Effectivement, l'idée est d'agir non seulement en interne, mais aussi d'accompagner d'autres entreprises. En fait, cette offre RSE carbone n'est autre que le prolongement naturel de notre expertise historique en matière de conseil en Stratégie, Organisation et Management qui signe sa différence depuis 2012 par son approche coaching. L'empreinte carbone doit être systématiquement prise en compte dans tous les processus de prise de décision de l'entreprise, depuis la définition de la valeur dans les projets agiles à la mise en place des indicateurs de pilotage des activités de l'entreprise. Intervenir collectivement pour réinventer l'entreprise.



Piquer sans piqure : marquer les esprits et s'engager dans le changement au lieu de stigmatiser/culpabiliser et imposer (<https://www.aspark.fr/nos-valeurs/>)



Aurélié Gauthier et Monica Hernandez, associées fondatrices d'aSpark Consulting



« L'intelligence collective garantit une meilleure compréhension du problème à résoudre et surtout, une appropriation optimale du sujet par tous les collaborateurs. »

Qu'apporte de plus l'intelligence collective dans le déploiement d'une démarche RSE ?

A. G. : Une meilleure compréhension collective du problème à résoudre, une réelle implication pendant la réalisation des travaux et surtout, une appropriation optimale du sujet par tous les collaborateurs. En utilisant l'intelligence collective, on prend en compte les points de vue et les contraintes de tout le monde, on confronte les idées de chacun et ainsi, on offre la possibilité au groupe de partager une vision commune et désirée, et de co-construire un plan d'actions qui est porteur de sens pour tous. C'est du cousu main qui garantit des solutions véritablement ajustées aux spécificités de chaque entreprise, donc pérennes.

Comment s'orchestrent vos interventions en la matière ?

A. G. : Si l'on prend par exemple le sujet plus spécifique de la lutte contre le dérèglement climatique, celui-ci s'articule autour de 3 piliers : la pédagogie pour comprendre les mécanismes du climat au moyen de sensibilisation interactive ; le calcul de l'empreinte carbone individuelle et de l'entreprise avec

l'outil MyCO2 pour une prise de conscience collective ; la réalisation de Bilan Carbone fondé sur la méthode de l'Association Bilan Carbone et la base de données Carbone de l'ADEME et enfin, la conception de plan d'actions au niveau individuel, au niveau d'une équipe ou de l'entreprise permettant de démultiplier les contributions de chacun. Afin de s'adapter au mieux aux besoins de l'entreprise, cette offre se décline sous différents formats (en présentiel, à distance ou en hybride) : missions de conseil, formations, séminaires, ateliers. De plus, si nécessaire, nous pouvons également piloter l'implémentation et accompagner l'entreprise dans une démarche d'amélioration continue.

aSpark : un cabinet engagé autour d'une feuille de route RSE pour 2021

- > Sensibilisation de tous les collaborateurs à l'empreinte carbone personnelle : fait.
- > Certification IFC du cabinet afin de réaliser des bilans carbone pour les sociétés : fait.
- > Intégration dans la charte des consultants du refus des missions doublant le bilan carbone individuel des consultants : fait.
- > Réalisation en cours de son propre bilan carbone.



Tél. +33 (0)6 66 95 50 44
agauthier@aspark.fr
www.aspark.fr

■ QIMA

Des audits pragmatiques pour l'amélioration des fournisseurs

C'est la force de l'expertise terrain de QIMA qui fait de l'audit, un axe de progrès dans les chaînes d'approvisionnement. Focus avec Sébastien Breteau, président fondateur, sur ce partenaire clé des marques de grande consommation.

Audit, tests de produits, inspections qualité sur site... vous êtes partout ?

Sébastien Breteau : Effectivement puisque notre métier est d'améliorer la qualité et la conformité des produits et des fournisseurs dans les chaînes d'approvisionnement internationales. À ce titre, nous intervenons aussi bien pour inspecter la qualité des produits dans les usines, tester leur conformité aux standards de sécurité que pour réaliser des audits sociaux, environnementaux et structurels de fournisseurs. Nous déployons, depuis plus de 15 ans, un large spectre d'expertises auprès de marques, importateurs et fabricants dans plus de 80 pays.

Le sur-mesure, l'adaptabilité : c'est cela, la différence de l'audit QIMA ?

S. B. : C'est une de nos valeurs ajoutées puisque grâce à notre expérience terrain



Un audit fournisseur QIMA en Chine

nous sommes à la fois en capacité de proposer des programmes d'audits fournisseurs sur mesure pour nos clients, en tenant compte des disparités locales dans certains pays, mais également de déployer des standards d'audits internationaux pour lesquels nous sommes accrédités (Sedex, amfori BSCI...). Autre facteur clé qui signe notre

griffe, c'est la collecte, l'analyse et la restitution de la donnée en temps réel à nos clients. La digitalisation de nos services nous permet de leur fournir du benchmark et un niveau d'analyse granulaire sur leurs fournisseurs. Et ainsi concentrer les efforts en fonction des risques détectés.

L'excellence QIMA, c'est aussi cet accompagnement après-audit. Essentiel ?

S. B. : Parfaitement, le suivi de la mise en place d'actions correctives identifiées par nos auditeurs fait toute la valeur de nos programmes d'audit. Plus que des contrôles à un instant T, il faut voir l'audit comme la pierre angulaire de tout programme d'amélioration continue dans la supply chain.

Q I M A®

YOUR EYES IN THE SUPPLY CHAIN

Tél. +33 (0)1 79 97 98 88
info@qima.com
www.qima.fr

POMMINE

Avec EveryAct, collaborateurs et entreprises agissent ensemble pour l'environnement !

Et c'est bien là, la plus-value de cette plateforme sociale intra entreprise qui donne à chacun les moyens d'agir et de relever les défis environnementaux actuels. Focus avec Élodie Swanberg, cofondatrice et CEO, sur cette innovation digitale qui arrive sur le marché français.



Élodie Swanberg,
cofondatrice
et CEO de POMMINE

Qu'est-ce qui a motivé la création d'EveryAct ?

Élodie Swanberg : C'est la volonté de répondre efficacement à plusieurs attentes fortes émanant à la fois des salariés et des entreprises qui se

résume par : La quête de sens. Côté salariés, ils sont de plus en plus nombreux à avoir besoin de se sentir en harmonie entre leurs valeurs écologiques et leurs activités professionnelles. Côté entreprises, elles expriment un fort besoin d'être en capacité de se mobiliser sur les enjeux environnementaux et ainsi d'être à même de séduire les talents, mais aussi les investisseurs en quête d'entreprises plus responsables. Il nous est apparu nécessaire d'apporter une réponse simple et concrète qui acte et valorise l'engagement de chacun en matière de développement durable et de RSE.

À qui est destiné EveryAct ?

E. S. : Aux grands groupes, mais aussi aux PME dont beaucoup souhaitent s'investir dans cette démarche sans trop savoir par où commencer. EveryAct leur permet d'initier le mouvement et fédérer leurs équipes vers une ambition RSE.

Permettre l'engagement de tous : la carte maîtresse de votre plateforme ?

E. S. : Effectivement, c'est bien sa capacité à donner le pouvoir d'agir aux entreprises et aux collaborateurs et leur permettre de faire véritablement partie de La solution qui fait sa plus-value. Cette implication collégiale qui favorise le partage de connaissances et attise la stimulation est unique.

Quelles sont les actions possibles avec EveryAct ?

E. S. : D'abord, faciliter les changements d'habitudes, économiser des ressources et



L'application EveryAct propose plus de 80 éco-gestes permettant d'économiser des ressources et réduire la pollution.

« EveryAct apporte une réponse concrète qui acte l'engagement des uns et des autres en matière de développement durable et de RSE. »

réduire la pollution grâce à plus de 80 éco-gestes à adopter. Ensuite, mesurer l'effet de ces actions individuelles et collectives en visualisation combien de CO2, de déchets ont été évités et de quantité d'eau économisée. Mais aussi, suivre l'impact des actions réalisées en entreprise en relation avec les normes mondiales comme les ODD des Nations Unies. Et enfin, communiquer ces résultats avec les parties prenantes en interne et en externe grâce à la mise à disposition de rapports trimestriels et annuels. Autant de fonctionnalités sociales qui vont favoriser l'interaction et l'implication des équipes. Et renforcer leur sentiment d'appartenance.

Attirer et retenir les talents, fidéliser les clients... EveryAct est un concentré d'atouts pour l'entreprise.

E. S. : Tout à fait. Il permet d'améliorer la

marque employeur ce qui est essentiel lorsque l'on sait que 73% des jeunes cadres préféreraient travailler dans une entreprise plus vertueuse, plaçant la RSE au-dessus du montant du salaire comme critère de choix*. De plus, EveryAct vient répondre aux attentes des clients et partenaires qui de plus en plus insèrent des critères de développement durable dans leurs appels d'offres. Sans oublier qu'il augure des bénéfices économiques certains en faisant écho aux attentes des investisseurs qui intègrent des critères d'Investissement Socialement Responsable.

En quoi est-ce une réponse au mieux-être au travail ?

E. S. : Parce qu'en invitant les collaborateurs à devenir écoresponsables, en les sensibilisant à de nouvelles connaissances écologiques, EveryAct apporte du sens à la présence au travail au-delà de l'activité productive. Cela crée plus de transversalité entre les collaborateurs, renforce la cohésion des équipes et pose indéniablement les jalons de la culture d'entreprise de demain.

*Étude Cone Communications sur l'engagement des employés - Mai 2016

POMMINE : des solutions positives et innovantes en faveur d'un monde plus durable et responsable

Créée fin 2019, POMMINE développe des solutions digitales en accord avec les ODD des Nations Unies afin d'inspirer un changement de comportement chez les individus et les entreprises qui profite à la planète. Avec, EveryAct, POMMINE démontre qu'en agissant ensemble, tout est possible.



contact@pommime.com
www.pommime.com

■ BTHCONSEIL

Le partenaire RSE exclusif des PME

Appels d'offres, demande de crédit... répondre aux critères RSE devient incontournable pour les PME. Et c'est tout le sens de l'expertise de BThConseil que d'être à leurs côtés pour déployer une démarche à leur mesure. Et à forte valeur ajoutée. Décryptage.

Véritable valeur ajoutée business, cette « démarche volontaire » prend, aujourd'hui, sa vitesse de pointe et requiert un accompagnement des PME afin de répondre aux nouvelles attentes de leurs parties prenantes. Un principe de réalité comme le souligne Barbara Thocquenne, fondatrice de BThConseil : « C'est



Barbara Thocquenne, consultante en organisation et stratégie RSE, fondatrice de BThConseil

une sorte d'effet rebond qui amène les PME, motivées par leurs fournisseurs, leurs clients, leurs investisseurs, leurs salariés... à s'inscrire dans cette démarche qui est résolument

un sésame de business. Tout l'enjeu est d'être en capacité de leur apporter une méthodologie adaptée à leur réalité assortie de solutions concrètes et orchestrées dans le temps. Avec l'ambition de faire évoluer leur business model d'un point de vue stratégique afin de pouvoir faire écho aux exigences RSE de demain. » Ses 30 années d'expérience en entreprise à des fonctions commerciales, adm

nistratives, financières, RH, et de conseil stratégique pour les directions générales lui permettent d'avoir une vision globale et terrain des plus efficaces pour les PME.

Insuffler la démarche, la coconstruire... mais aussi en démontrer la valeur ajoutée

Si elle sait répondre dans l'urgence aux besoins des PME notamment pour répondre aux critères RSE de leurs appels d'offres, elle les accompagne surtout pour leur permettre d'initier le processus par un diagnostic de l'existant, une cartographie des possibles et la mise en place d'un plan d'actions ciblées assorti d'une démarche de progression pérenne. « Mon rôle, précise-t-elle, est de les aider à mettre en route les process et les guider dans l'appropriation des outils et la gestion des enjeux majeurs de RSE dans leur secteur. » Un accompagnement de terrain qui n'hésite pas également à assortir ses recommandations d'un ROI sur la démarche RSE. De quoi en convaincre plus d'un !



Tél. +33 (0)7 49 06 13 00
contact@bthconseil.fr
www.bthconseil.fr

L'EXTERNALISATION

LES TALENTS À LA PORTÉE DES ENTREPRISES



Impactées par la crise économique provoquée par la crise sanitaire, ou, au contraire, mobilisées pour répondre à une demande croissante, les entreprises ont besoin de concentrer toutes leurs ressources internes sur leur cœur d'activité. Mais PME comme grands groupes ont plus que jamais besoin de flexibilité et d'expertises ciblées pour survivre ou consolider leur dynamisme. Deux avantages qu'offre assurément l'externalisation. Explications.

En France comme dans le monde, le marché est de plus en plus concurrentiel et fluctuant. Et la dernière crise en date concomitante à la pandémie de COVID-19 le rappelle : rapidement une entreprise pourtant solide sur le papier peut souffrir d'une chute de commandes, et se trouver dans une posture compliquée financièrement et humainement.

Dans ce contexte global, l'externalisation peut s'avérer être un puissant levier stratégique, qu'il s'agisse de se maintenir à flot ou d'innover. Non seulement elle donne une flexibilité en termes de ressources humaines et de

charges associées. Mais en plus, elle va permettre de se concentrer sur les compétences internes clés et son cœur de métier tout en bénéficiant de services de qualité.

« Confier une mission à un expert/un cabinet va permettre d'alléger la charge mentale du dirigeant. Il pourra compter sur une société, bien souvent un partenaire plus qu'un simple prestataire, pour connaître les derniers textes de loi, les innovations du marché... et donc lui apporter des conseils avisés, estime Marine Billiard, CEO de Saint-Honoré Cleaning (SHC) et de sa filiale Quattuor. Dans cette période complexe, il faut être agile, flexible, équilibrer les

équipes en phase de croissance ou de décroissance, avoir des leviers pour ajuster les impacts financiers, avoir une veille sur les tendances, les innovations, peut-être même pivoter. L'externalisation des différents métiers (RH, comptabilité, nettoyage, accueil, sécurité...) peut faciliter cette agilité ».

Et il ne s'agit pas seulement de palier à une urgence ou d'un exercice comptable. Recourir à l'externalisation s'impose le plus souvent quand le besoin d'une entreprise ne peut être résolu que par un expert dont l'embauche ne pourrait se justifier au regard de ses activités principales ou de son organisation. Externaliser,

c'est donc laisser le soin à ceux qui maîtrisent de vous rendre service, de manière ponctuelle ou sur la durée.

Facturation, paies, bilans financiers : faites-vous accompagner

C'est particulièrement vrai en matière de gestion comptable. Les métiers liés à la comptabilité requièrent un savoir-faire pointu. Et comme toute entreprise le sait, paies, facturations et autres bilans ne peuvent souffrir aucune approximation. Externaliser cette activité offre donc la garantie aux entrepreneurs, PME ou ETI d'une prise en charge rigoureuse et à jour. Et c'est aussi un gain de temps précieux pour se consacrer à des activités à plus haute valeur ajoutée pour l'image et le dynamisme économique d'une société.

Le marché de l'externalisation est très riche en la matière. Différentes possibilités s'offrent aux entreprises. Elles peuvent ainsi recourir aux services d'un expert-comptable classique, se tourner vers une offre digitale pour bénéficier d'un suivi en temps réel par exemple, ou encore s'adresser à une société de prestation de service pour la paie, le social et l'administration du personnel.

D'ailleurs, les entreprises ne s'y trompent pas : elles sont ainsi plus de 80 % à externaliser leur comptabilité, dont 99 % sont des TPE ou PME. ►

L'assurance d'offrir des lieux de travail accueillants et sécurisés

De plus, parce que le télétravail, même de plus en plus généralisé, n'actera pas la fin des bureaux et autres lieux de collaboration, les services de nettoyage, d'accueil ou de facility management offrent aussi des bénéfices très appréciables pour les entreprises.

Lors du déconfinement en France, le ministère du Travail a notamment émis des directives précises concernant le nettoyage des locaux, parmi lesquelles l'obligation de désinfecter poignées de portes, interrupteurs ou bureaux plusieurs fois par jour. Un soin particulier que des sociétés spécialisées peuvent assurer. Non seulement elles disposent du personnel, mais en plus elles



s'assurent pour l'entreprise de respecter chaque obligation légale, sans que cela ne vienne entraver la sérénité des équipes dirigeantes soucieuses de la sécurité sanitaire de leurs collaborateurs.

De plus, avant cette période

incertaine déjà, l'accroissement de la mobilité professionnelle, la digitalisation des outils de travail, ou l'intérêt porté pour des espaces qui soutiennent le bien-être et la créativité des salariés ont mis l'accent sur l'aménagement

des bureaux. Passer par des experts du facility management peut justement offrir aux entreprises un savoir-faire précieux pour créer de véritables lieux de vie et composer des espaces plus modulables. ►

■ QUATTUOR

L'expertise du service hôtelier dédié à l'entreprise

Accueil, services généraux, conciergerie, assistant, l'offre innovante de Quattuor permet enfin aux PME de disposer d'un service complet et sur-mesure. Un concept unique que nous dévoile Marine Billiard.

Comment Quattuor répond aux besoins de demain des entreprises ?

Marine Billiard : À l'inverse des grands groupes, les PME ne sont pas structurées pour gérer en interne les différentes tâches souvent chronophages liées à leur fonctionnement. Externaliser l'intendance de leur bureau va faciliter le quotidien des équipes qui gagneront du temps et surtout, se recentreront sur leur cœur de métier.

Comment vous est venue l'idée de créer le service hôtelier en entreprise ?

M. B. : Ayant déjà une société d'externalisation depuis 7 ans dans l'hôtellerie de luxe où tout doit parfaitement fonctionner, j'ai souhaité apporter ce nouveau métier fondé sur l'exigence du service qu'il s'agisse de l'accueil, des services généraux, de la conciergerie ou de l'assistantat. Autant de compétences



Marine Billiard (au centre gauche) pour la photo horizontale ou au centre (pour celle verticale), fondatrice de Quattuor, entourée de son équipe.

transverses auxquelles sont formés nos Quattuor manager issus de l'hôtellerie. Et répondre ainsi aux attentes des dirigeants en quête de solutions pour faciliter la vie au bureau, mais aussi fidéliser leurs talents.

Comment cela se décline-t-il en entreprise ?

M. B. : Détaché dans l'entreprise, notre

Quattuor manager devient l'unique référent concernant la gestion opérationnelle du bureau. Il coordonne l'accueil, les pannes et travaux, les commandes, les organisations d'évènement... Grâce à notre réseau d'experts, il peut aussi être force de propositions, trouver de nouveaux partenaires comme accompagner l'entreprise pour faire face à ses différents enjeux tels que la RSE.

Une solution pour réintroduire également de l'humain dans l'entreprise ?

M. B. : Effectivement. Rendre service, soulager les équipes des tâches chronophages participe très clairement à rendre la journée plus agréable. Et cela recrée du lien. Nous avons à cœur de prendre soin des lieux, mais aussi et surtout des gens, et cela prend encore plus son sens en cette période de crise sanitaire.



Tél. +33 (0)7 86 86 76 08
hello@be-quattuor.com
be-quattuor.com

ISS FRANCE

Un Facility Management créateur de valeur

Services délivrés en propre, maîtrise de l'ingénierie de projet et du pilotage de prestations... cet expert en Propreté et Facility Management intégré offre une approche résolument différente. Résolument partenariale. Focus avec Richard Dujardin, son président.

En quoi proposer du self-delivery en Facility Management est-il un atout pour les entreprises ?

Richard Dujardin : Ce sont les collaborateurs d'ISS qui délivrent au quotidien les prestations chez nos clients, ce qui nous permet de faire évoluer ou moduler notre solution, et d'accompagner la transformation de nos clients. Pour eux, c'est un gage de sécurité et une garantie de qualité de service uniforme. En tant que groupe leader mondial du FM et des services aux entreprises, nous disposons d'une approche qui s'appuie sur des standards éprouvés dans toutes nos BU à travers le monde. Cela nous permet de faire du sur-mesure et d'assurer l'exhaustivité des prestations, tout en rassurant nos clients et en gardant toujours en ligne de mire la satisfaction des occupants.

Vous faites de la création de valeur ajoutée, une signature. Comment s'organise-t-elle ?

R. D. : Effectivement, cela orchestre l'ensemble de nos process qu'il s'agisse de propreté, de sécurité, d'accueil, de services multitechniques, d'activité de logistique et de production... du mono-service au full FM. C'est un engagement d'un point de vue économique, mais aussi d'un point de vue de la satisfaction des occupants. Pouvoir être dans la co-construction le plus en amont possible des projets nous permet d'apporter des solutions issues de notre expertise, pour



Richard Dujardin, président d'ISS France

rendre les bâtiments plus faciles à vivre et accompagner les changements qui feront l'entreprise de demain. Et cela change tout !

Quels sont les bénéfices d'externaliser ses services généraux ?

R. D. : Externaliser revient à s'appuyer sur l'expertise d'un spécialiste pour une qualité de service garantie. Cela permet de sécuriser, maintenir et faire évoluer ses bâtiments en lien avec les enjeux actuels, optimiser ses coûts et respecter la réglementation et la mise en conformité. Et bien sûr, garantir l'efficacité des espaces de travail et améliorer la performance des salariés. Chez ISS, cela veut dire également soutenir l'image de marque de nos clients, leur permettre de se recentrer sur leur cœur de métier et favoriser l'engagement de leurs collaborateurs. Une externalisation s'inscrit donc dans la stratégie d'entreprise.

La crise sanitaire a-t-elle modifié la donne ?

R. D. : Très clairement. Les entreprises et leurs salariés sont véritablement concernés

« Externaliser revient à s'appuyer sur l'expertise d'un spécialiste pour une qualité de service garantie. »

par la sécurité sanitaire. Grâce à notre expérience, nous faisons partie de l'équation pour la garantir. Cette période a révélé combien ces notions de partenariat et de co-construction étaient capitales pour trouver les solutions ad hoc permettant de garantir la sécurité sanitaire de ceux qui continuaient de travailler. Et là, tous ont mesuré notre valeur ajoutée.

En quoi vos métiers de la propreté et du FM sont-ils clefs en période de crise sanitaire ?

R. D. : Grâce à notre présence mondiale, nous disposons de multiples retours d'expérience qui nous permettent d'être force de proposition sur des sujets tels que la circulation dans les bâtiments, la désinfection des points de contact, la mise en place de nouvelles mesures sanitaires... Ce qui nous permet de réagir vite, de savoir comment gérer la crise et garantir la continuité d'activité. La récente période Covid a plus que démontré notre savoir-faire en la matière.



Katia Bourgeois Cremel, Directrice Marketing et Communication

Tél. +33 (0)1 44 04 44 04

katia.bourgeois_cremel@fr.issworld.com
www.fr.issworld.com

PURE SPACE : le nouveau label d'ISS pour lutter contre la Covid-19

Face au besoin croissant de rassurer et mettre sous contrôle la sécurité sanitaire dans les espaces de travail, ISS va plus loin avec PURE SPACE qui offre une méthode de désinfection spécifique, du personnel certifié et un système de contrôle et de traçabilité. Label contrôlé par Norske Veritas, l'un des principaux organismes de certification de gestion des risques et d'assurance qualité au monde.

SMARTPAIE

Pour une gestion de la paie et du social garantie sans risques!

Face à la complexification de la gestion de paie et les risques majeurs encourus, nombre de TPE, PME, start-up et cabinet d'expert-comptable externalisent ce poste stratégique. Aurore Petitjean-Dulong, fondatrice, revient sur les prérequis qui font la valeur ajoutée de cette expertise clé en main.



Aurore Petitjean-Dulong, fondatrice de SMARTPAIE

SMARTPAIE en chiffres

- + de 20 ans d'expérience en paie
- 99 % des missions 2019 reconduites en 2020
- + 350 clients TPE, PME, start-up et 20 cabinets d'expert-comptable
- 26 000 Bulletins produits en 2019

SMARTPAIE est-elle l'alternative au recrutement d'un gestionnaire de paie ?

Aurore Petitjean-Dulong : Tout à fait, la gestion des bulletins de salaire s'est énormément complexifiée notamment avec l'arrivée de la DSN. Il requiert désormais de plus en plus d'expertises et est devenu une tâche compliquée à gérer pour les entreprises qui ne disposent souvent pas de ressource en interne. Un poste stratégique qui est notre cœur de métier depuis plus de 20 ans.

Gestion de la paie, compétence RH, administration du personnel... votre champ d'expertise est à 360° ?

A. P.-D. : Si le point d'entrée est la paie, les sujets annexes sont multiples. Nos services couvrent toute la vie du salarié dans l'entreprise, de son entrée jusqu'à sa sortie. L'amplitude de notre accompagnement et notre capacité à nous adapter à l'évolution de leurs besoins sont véritablement plébiscitées par nos clients. Nous entretenons un lien régulier, permettant de mieux les connaître et ainsi mieux les conseiller.

Quel est l'avantage d'externaliser sa paie : l'économie de coût ?

A. P.-D. : SMARTPAIE propose, en plus de la paie, la gestion des congés et absences, les notes de frais, les entretiens individuels, les plans de formation, tous les process d'entrée du salarié sont ainsi réduits sur un seul canal. C'est un gain de temps considérable pour nos clients, et un risque d'erreur dans les process quasi nul. Les frais sont par voie de conséquence mécaniquement réduits. Certains de nos clients ont diminué leur budget annuel de 5 à 6 fois sur ce type de prestations. L'économie passe aussi par les risques liés aux contrôles Urssaf ou litiges prud'homaux, payer l'expertise coûte toujours moins cher que de payer le risque au bout. À titre indicatif, 52 % des cotisations déclarées en France ont été contrôlées ses 4 dernières années et 66% des contrôles ont abouti à une régularisation de cotisations.

En quoi vous différenciez-vous des plateformes en ligne qui peuvent être très attractives ?

A. P.-D. : Par la personnalisation de notre conseil et la réactivité de notre suivi client,

on est loin de la production de paie en masse. Le conseil cousu main est notre engagement, chaque client dispose d'un gestionnaire de paie attitré qui connaît son dossier : la garantie d'un accompagnement sur mesure et performant. Une spécificité qui a pris tout son sens lors de la crise sanitaire durant laquelle nos clients ont eu besoin de conseils aussi rapides qu'avisés notamment en matière de demande de chômage partiel. L'autre différence se place en termes de responsabilité. Avec les plateformes, en cas d'erreur, le client sera seul responsable et ne pourra pas reporter la faute. De plus, en cas de contrôles, il n'y a pas d'accompagnement. À l'inverse, chez SMARTPAIE nous sommes responsables de ce que nous produisons à la fois sur les risques prud'homaux et sociaux. Une différence stratégique.

Y a-t-il un prérequis pour une externalisation efficiente de sa paie ?

A. P.-D. : S'assurer que l'on peut disposer d'un suivi individualisé et de conseils quotidiens avisés et que la prise en charge est faite par un gestionnaire de paie diplômé ou avec une vraie expérience du métier.

Pourquoi lancez-vous Smart Office Recruitment ?

A. P.-D. : Pour pouvoir répondre aux difficultés que nos clients rencontrent dans le recrutement d'assistants administratives, de direction, d'office manager... Une autre façon d'étendre notre accompagnement au plus près de leurs besoins et les aider dans leurs problématiques au quotidien.



Tél. +33 (0)1 39 77 20 16
contact@smartpaie.fr
www.smartpaie.fr

Depuis la sortie de confinement, des centaines, sans doute des milliers d'entreprises font face à des impayés et retards, et pouvoir compter sur la disponibilité d'un personnel formé rapidement pourrait s'avérer clé pour éviter le pire.

Garantir votre robustesse informatique, accéder au meilleur de l'innovation digitale

Mais les compétences externes les plus recherchées aujourd'hui sont sans doute celles ayant trait à l'infogérance, au développement logiciel, web et mobile, à l'analyse de données ou encore à la cybersécurité. Bref, toutes les entreprises ayant entrepris leur mutation digitale, il leur faut pouvoir compter sur les talents du hard et du software. « La technologie étant l'épine



dorsale de toute entreprise (quelle que soit sa taille ou son secteur), il peut être difficile de suivre le rythme auquel apparaissent les applications novatrices et les menaces de sécurité, souligne Kaspersky, leader mondial de la cybersécurité dans un récent rapport*. Cela est particulièrement vrai

pour les sociétés manquant de budget ou de ressources à leur échelle. De récentes recherches nous ont permis de constater que les entreprises de moins de 500 salariés sont plus susceptibles de faire appel à des fournisseurs de services externalisés, afin de garantir une gestion et une sécurité

performantes de leurs infrastructures informatiques. 40% des entreprises externalisent leur gestion informatique et 33% externalisent spécifiquement leur sécurité informatique à un tiers ».

La croissance continue des services Cloud donne aussi un rôle important aux fournisseurs de services managés, note Kaspersky. Le cabinet Gartner prédit ainsi que, jusqu'en 2022, la taille et la croissance du marché des services Cloud représenteront près de trois fois la croissance de l'ensemble des services informatiques. « Il n'est donc pas surprenant que, selon des chiffres récents, le marché des services managés devrait passer de 180,5 milliards de dollars à 282 milliards de dollars d'ici 2023 », estime le leader de la cybersécurité dans son rapport. ▶

BUSINESS & SERVICES SOLUTIONS

La garantie d'une expérience client optimisée

Appels entrants, sortants, services non-voix... BSS offre une gestion externalisée de la relation client à forte valeur ajoutée. Yazid Rahoui, directeur général, revient sur cet engagement qui signe sa différence.

En quoi l'externalisation est-elle un atout en matière de GRC ?

Yazid Rahoui : Parce qu'elle permet à l'entreprise de se concentrer sur son cœur de métier tout en ayant l'assurance de délivrer une expérience client exceptionnelle. La GRC étant un métier d'expertises, chez BSS, nous ne laissons rien au hasard. L'implantation stratégique de notre centre de contact client multicanal et multilingue en Tunisie permet, par ailleurs, à nos clients de réduire leurs coûts opérationnels de plus de 50 %, de profiter d'une infrastructure technologique de pointe et surtout, de l'expertise de talents hautement expérimentés à moindres frais.

Qu'est-ce qui vous permet de vous engager à ce point sur l'amélioration de l'expérience client ?

Y. R. : Parce que nous sommes des



spécialistes résolument engagés dans le déploiement d'une stratégie d'Expérience Client optimale et sans couture sur tous les canaux de communication et pour cela, nous déployons des solutions technologiques ad hoc (CRM multicanal, solutions de BI, services Cloud...). Du sur-mesure qui s'exprime par une prise en charge personnalisée des requêtes clients, une disponibilité 24h/24, 7j/7, 365 j/an, une gestion des appels entrants et

sortants en multilingue et en multicanal. Nos certifications internationales et notre conformité au RGPD viennent d'ailleurs conforter notre engagement d'efficacité opérationnelle, régulièrement plébiscité par des entreprises du monde entier, depuis maintenant près de 12 ans.

Mettre en place un service client multicanal devient-il incontournable ?

Y. R. : Indispensable à l'heure où les clients sont hyperconnectés. Et toute notre force réside dans notre capacité à aider nos partenaires à opérer leur transformation numérique en incorporant la dimension digitale, technologique, sociale et multilingue à leur GRC et ce, à des conditions très avantageuses.



Tél. +33 (0)9 70 38 28 75 / (+216) 36 408 538
 contact@bs-solution.com
 www.bs-solution.com

VIVETIC GROUP

Une offre dédiée à toute la chaîne opérationnelle de la relation client

Solutions on et off-shore, expertises sectorielles pointues, niveau de certification optimal... l'offre globale de Vivetic Group en fait un partenaire d'excellence en matière d'externalisation. Focus avec Noëlle Costa, sa présidente.



Noëlle Costa, Présidente de VIVETIC Group

Quelle est la carte maîtresse de Vivetic Group?
Noëlle Costa : Celle de combiner les expertises de deux entités reconnues en matière de relation client et BPO: VIVETIC et PRO DIRECT (avec 1500 collaborateurs) implantées en France et à Madagascar. Et ainsi d'être en capacité d'accompagner un client de A à Z en lui offrant une gamme de solutions complètes sur toute la chaîne opérationnelle de sa relation client alliant back et front office. Couvrir l'entièreté des missions externalisées en relation client est unique sur le middle market.

Quelle est sa plus-value pour les entreprises?

N. C. : De bénéficier d'équipes dédiées qui peuvent intervenir en transversalité sur tous leurs besoins externalisés associant à la fois des prestations en France pour tout ce qui requiert une forte proximité géographique et des prestations à haute valeur ajoutée dans l'océan indien avec une réelle attractivité du ROI. La garantie d'un pilotage très optimisé sans rupture dans la chaîne de traitement.

Quelle est sa plus-value pour les entreprises?

N. C. : De bénéficier d'équipes dédiées qui peuvent intervenir en transversalité sur tous leurs besoins externalisés associant à la fois des prestations en France pour tout ce qui requiert une forte proximité géographique et des prestations à haute valeur ajoutée dans l'océan indien avec une réelle attractivité du ROI. La garantie d'un pilotage très optimisé sans rupture dans la chaîne de traitement.

Vos nombreuses certifications: un engagement d'excellence?

N. C. : Qu'ils s'agissent de la norme bancaire la plus exigeante PCI DSS, la sécurisation des systèmes avec SOC 2, ISO 9001... ce sont autant de récompenses qui signent notre engagement d'excellence opérationnelle et

nous créditent de process internes à forte valeur ajoutée.

Vous disposez d'expertises sectorielles de haut niveau, quelles sont-elles?

N. C. : Nous sommes reconnus comme des experts en matière de BPO et de gestion de la Relation Client sur des secteurs pointus tels que le e-Commerce, la Presse et Vente à Distance, la Banque-Assurances, l'Immobilier, qui exigent un haut niveau de qualification et de sécurisation, sans oublier les startups pour lesquelles nous avons développé des offres packagées avec des tarifs optimisés.

vivetic
GROUP

Tél. +33 (0)1 49 15 01 01
contact@vivetic-group.com
www.vivetic-group.com

Backoffice

EXTERNALISATION

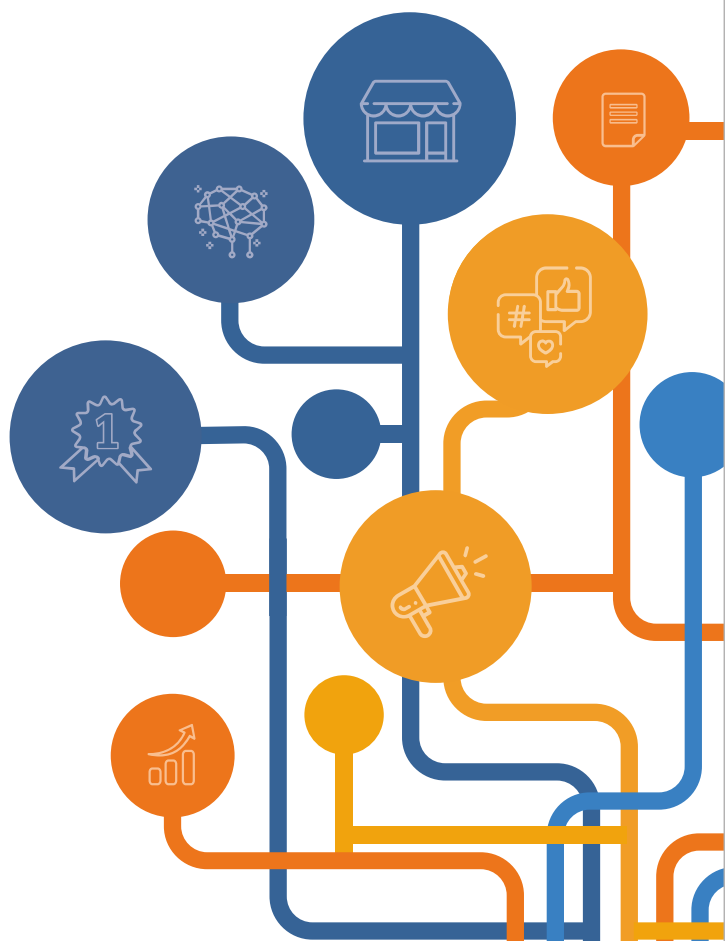
Modération de contenus, offres promotionnelles, réseaux sociaux, annotation, boundboxing...

EMS vous accompagne pour une **externalisation** réussie.

“ Le Maroc, c'est tout un continent ! ”



4 rue des écoles - 94140 Alfortville, France
 Tél. : + 33 1 43 53 42 75 - contact@eu-m-s.com
www.eu-m-s.com



ALCYON

Comptabilité digitale et dématérialisation des factures : soyez prêts !

Et soyez-le dès maintenant d'autant que dans trois ans, cette Révolution sera effective pour tous. Une compétence au cœur de l'offre d'externalisation portée par les associés du cabinet Alcyon. Focus sur une expertise en phase avec les mutations de la profession.



De gauche à droite : Philippe Lafitte, Véronique Dehouck, Jean Marc Choucroun, Yoann Amzalag, Joëlle Lecourt et Marie José Muraille, membres du comité de Direction

La dématérialisation des factures : un tsunami à venir pour le monde de l'entreprise ?

Philippe Lafitte : Le terme n'est pas trop fort d'autant que l'échéance est proche puisque dans 3 ans au plus, elles devront toutes être en conformité. Malheureusement, en 2020, encore très peu de PME sont prêtes ou ont les moyens de l'être.

Quelles sont les problématiques auxquelles vont avoir à faire face les entreprises ?

Jean-Marc Choucroun : Il va leur falloir mettre en place tout un process d'analyse, de captation, de traitement, de sécurisation, d'archivage... C'est un système complexe à mettre en place et les PME, même avec des comptables aguerris, vont avoir besoin d'experts partenaires, car il y a tout un champ d'expertises qu'elles n'auront pas à leur disposition, ni les moyens d'acquérir, ni le temps pour le faire.

En écho, comment avez-vous repensé vos missions d'externalisation ?

P. L. : Le recours à la dématérialisation bouleverse les missions classiques et régaliennes des experts-comptables. Pour accompagner toutes les entreprises dans cette révolution digitale, nous avons adapté l'ensemble de notre stratégie d'externalisation déployée depuis plus de 30 ans pour proposer des services innovants au plus près des utilisateurs. Et aujourd'hui, nous sommes en capacité de proposer une comptabilité intégralement digitalisée qui intègre tous les flux de l'entreprise sans saisie !

Quelle est la particularité de la comptabilité dématérialisée ?

J.-M. C. : Sa spécificité est qu'elle doit s'intégrer dans l'organisation de l'entreprise en canalisant ses flux monétaires et non monétaires. En nous déléguant cette fonction, l'entreprise s'assure du regard critique d'un professionnel averti avec la garantie d'une comptabilité conforme à la réglementation, produite dans les délais. Sans oublier un espace partagé permettant un échange efficace et sécurisé des données avec un accès permanent à l'ensemble de ses données et au logiciel Comptable.

La paie et le service RH peuvent-ils être également concernés ?

P. L. : Parfaitement et c'est pourquoi nous proposons également une paie intégralement digitalisée.

Quelle est la nature de votre accompagnement ?

Yoann Amzalag : Il obéit à la proximité et au service personnalisé. Chaque client dispose d'une référente qui est assistée de collaborateurs spécialisés sur des tâches précises telles que la captation, le contrôle, l'intégration, la restitution... Pour toutes demandes, il a la garantie que la référente, la responsable du service comme les experts-comptables seront à ses côtés. Et pour être le plus complets, nous avons développé un service de veille technique et réglementaire afin de nous adapter en permanence.

Témoignage

« L'avenir de la comptabilité ! Plus de papier et avec l'appui des équipes d'ALCYON, il y a toujours un collaborateur pour prendre en charge le problème et trouver des solutions adaptées », **Laurent Guillemain Directeur Général Link Digitak Spirit.**

« Ils se sont adaptés à notre organisation et à nos outils. Aujourd'hui plus aucun échange papier », **Nicolas Chabrier Président Dynamo Cycling.**

Qu'elle est la plus-value de l'externalisation pour l'entreprise ?

Véronique Dehouck : Toute entreprise, quelle que soit sa taille, a besoin d'une direction financière, d'une direction comptable, d'un contrôle de gestion, d'une DRH, mais elle n'en a pas forcément besoin toute l'année. Et c'est en ce sens que l'externalisation totale ou partielle des services comptables et financiers apporte au chef d'entreprise toute la sérénité dont il a besoin. Pour la dématérialisation des factures et la digitalisation de la comptabilité dans son ensemble, le chef d'entreprise profitera d'un service de qualité et d'une véritable expertise.

ALCYON

Tél. +33 (0)1 30 11 26 00
contact@cabinetalcyon.fr
www.cabinetalcyon.fr

PAYPAL

De nouvelles solutions pour faciliter les ventes

Le leader des solutions de paiement a accéléré la diffusion de nouveaux outils en France, en pleine crise sanitaire de la COVID-19. Priorité ? Se mettre au service des marchands pour augmenter les paniers moyens et offrir aux consommateurs une nouvelle flexibilité.

L'entreprise rendue célèbre par son « bouton », après avoir lancé l'an dernier la solution tout-en-un « PayPal commerce Platform » avec succès, enrichit de nouveau son offre. La priorité reste identique : répondre aux besoins de terrain, notamment ceux des marchands.

Le paiement en 4 fois

Alors que le paiement en 4 fois pèse 15 % du e-commerce, seuls de grands sites de e-commerce le propose. Une anomalie, désormais comblée par PayPal. « C'est une solution très appréciée des Français, il fallait la rendre accessible pour tous les e-commerçants, sans attendre » souligne Francis Barel, Directeur PayPal France.

Il n'y a aucun frais pour les sites marchands. Côté consommateurs, le coût est de 2,1 % du

montant de la transaction, limité à 20 €. Ce remboursement en 4 échéances réparties en 3 mensualités concerne des achats de produits physiques, entre 100 et 2000 €. « Le consommateur peut mieux adapter son budget dans le temps et les e-marchands augmentent leur panier moyen. PayPal se charge de vérifier le profil de l'acheteur, et pour le marchand, c'est totalement transparent » détaille Francis Barel. Le consommateur peut suivre ses créances sur son compte, et rembourser de manière anticipée s'il le souhaite.

Vraiment sans contact

PayPal investit aussi pour les commerces physiques, avec le QR code. « Des commerçants souhaitaient une solution de paiement réellement sans contact : jusqu'ici il faut approcher un terminal. Avec notre QR code,

il n'y a plus besoin d'équipement pour le commerçant et on peut respecter la distanciation. Les consommateurs peuvent ainsi faire leurs achats en toute sérénité et tout ce dont ils ont besoin est un smartphone et l'application PayPal » indique Francis Barel. Concrètement, le client scanne le QR code, entre le montant de son shopping et choisi le mode de paiement qu'il veut utiliser, directement sur son téléphone.

Restaurants, hôtels ou fournisseurs de services à domicile peuvent aussi recourir au QR code, très simple à déployer.

Pour en savoir plus sur les paiements QR Code : <https://www.paypal.com/fr/webapps/mpp/qr-code-download>
et sur le paiement échelonné : <https://www.paypal.com/fr/webapps/mpp/4x>



21 rue de la Banque - 75002 Paris
www.paypal.com

AJICREATIVE

À situation inédite : solutions digitales inédites

Résister au mieux aux impacts de la crise sanitaire notamment en matière de perte de chiffre d'affaires : un vrai défi pour les boutiques. Et un challenge relevé avec succès par cet expert du développement Web/E-commerce. Focus avec Sylvain Réaux.



Sylvain Réaux, président d'Ajicreative

Cette crise a-t-elle modifié l'attitude des entreprises du e-commerce face à leur stratégie digitale ?

Sylvain Réaux : Complètement. Elle a démontré toute la valeur

de bâtir une véritable stratégie digitale et d'utiliser des leviers dédiés pour garantir le maintien de l'activité et surtout, la booster. Cela a été un révélateur pour nos clients TPE, PME dont plus de 70 % ont été impactés par les fermetures. En tant que spécialiste de la chaîne digitale du développement de site internet et d'application mobile aux

stratégies digitales et Growth Hacking, cette crise nous a permis de leur faire prendre conscience que jouer uniquement sur la notoriété présentielle en boutique pour faire vivre son site était une erreur stratégique.

Qu'avez-vous mis en œuvre pour garantir la continuité de l'activité ?

S. R. : Dès le confinement, nous avons proposé à nos clients la mise en place d'outils tel le social média, l'affiliation, l'augmentation de partenariats et le marketing d'influence. Autant de stratégies permettant d'augmenter la notoriété des boutiques en ligne, d'élargir leur visibilité et contrer la baisse de leur chiffre d'affaires. Et les résultats ont été au rendez-vous !

Des chiffres d'affaires stabilisés pour plus

de 70 % de vos clients impactés ! Certains n'ont pas dû en revenir ?

S. R. : Effectivement, l'activation de ces leviers a véritablement permis de limiter les pertes engendrées par la fermeture des boutiques. Plus de 50 % de nos clients ont pu contrer leur perte de chiffre d'affaires, 30 % ont pu le stabiliser ; certains l'ont même quadruplé !

Cela a-t-il modifié la nature de votre accompagnement ?

S. R. : Ça l'a indéniablement renforcé vers une relation client encore plus partenariale. Ils ont mesuré notre engagement à leurs côtés, l'efficacité de nos leviers et fortement apprécié notre réactivité due au fait que nous ne sous-traitons aucun de nos process.

Aji Creative.
Une seule limite, votre imagination

Tél. +33 (0)1 84 60 83 83
contact@ajicreative.com
www.ajicreative.com

LE FIGARO partner

Communiqué du 13 mars 2020

SOLUTIONS ENTREPRISES

LA SÉCURITÉ EN ENTREPRISE ... PAGE 2

Quand la sécurité impose un devoir d'exigence
aux entreprises

LES ESPACES DE TRAVAIL PAGE 17

Aménager les espaces de travail vous rapproche
de votre performance globale

DOSSIER RÉALISÉ EN COLLABORATION AVEC **intelligence MEDIA**

Intelligence Média : Tél. 05 62 16 74 00 - Directeur de Régie : Paul Nahon - Directrice de la publicité : Karine Nebout
Service commercial : Mariannick Cariou - Virginie Fabre

« Le département R&D basé à 100% en France permet aux entreprises et aux institutions d'avoir l'assurance de la confidentialité des données et leur gestion en toute indépendance. Notre politique est de garantir une fiabilité dans l'exploitation de nos systèmes et faire de l'expérience utilisateur une priorité en apportant le confort nécessaire grâce à une veille technologique », détaille Géraldine Gravis Secrétaire Générale de TTS.



Biométrie, objets connectés et transports de demain

Toujours dans le domaine du contrôle d'accès, la biométrie a particulièrement le vent en poupe, du fait qu'elle cumule de nombreux avantages : identification renforcée et impossible à dupliquer, gestion souple des autorisations,

du fait que d'un simple clic on peut interdire l'accès à un bâtiment, réduction du nombre d'intervenants dédiés au contrôle des accès et sorties...

En outre, l'identification des personnes (contrôle d'accès, gestion d'horaires...) des véhicules (contrôle d'accès automatique, gestion des flottes...)

et des objets (traçabilité d'objets critiques, logistique...) connaissent également un fort engouement. Grâce à ces technologies qui rencontrent celle des objets connectés, les entreprises peuvent anticiper les évolutions technologiques en conservant une longueur d'avance sur les cybercriminels, et ce, grâce

à des solutions aussi pratiques qu'ergonomiques, aussi ludiques que simples d'utilisation.

Enfin, dans le secteur des moyens de transport, secteur ô combien stratégique pour bon nombre d'entreprises, les trains, ou voitures, sont voués à rouler sans conducteur, les bateaux à appareiller sans équipage, et les avions, un jour, décolleront, voleront et atterriront sans pilote... La digitalisation du secteur du transport combinée aux alliances perpétrées entre les constructeurs, équipementiers et géants du numérique a scellé l'avenir des vecteurs de mobilité de demain. Ces derniers seront digitaux, rapides, intelligents, autonomes, connectés, mais surtout, ils ne devront pas oublier d'être robustes, sûrs et fiables, en un mot d'être sécurisés... ➤

■ Groupe PROTEC

L'alliance de l'homme et de la technologie au service de la sécurité

Investi dans le déploiement de solutions technologiques innovantes, le groupe PROTEC Sécurité crée une nouvelle filiale et enrichit son offre de surveillance aérienne et terrestre. Focus sur ces offres d'excellence.

Depuis 17 ans, le Groupe Protec intervient sur l'ensemble de la France avec 6 agences régionales et 6 domaines d'interventions pour répondre à un large spectre de besoins à travers un interlocuteur unique. L'approche sur mesure, l'excellence dans la maîtrise du métier et l'intégration des nouvelles technologies distinguent les prestations du groupe de celles de ses concurrents.

Aujourd'hui, le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 21 millions d'euros avec 156 sites sous sa protection.

Le large panel des offres proposées par les filiales du groupe se compose des prestations humaines de sécurité et de sûreté, de protection physique de personnes, télésurveillance et formations aux métiers de la

sécurité (APS/APR/SSIAP et autres), ainsi que le service d'accueil et de réception.

Depuis 2 ans le président du groupe Gil ANCELIN s'intéresse aux technologies innovantes dédiées à la sûreté et à la sécurité pour compléter et/ou pallier les défaillances des dispositifs de sécurité en place. C'est à ce titre qu'il crée une nouvelle filiale Security Systems by Protec dédiée aux solutions technologiques de surveillance aérienne et terrestre telles que les drones captifs et télé pilotables, le système de surveillance mobile SolidBot, les robots terrestres, les solutions de lutte anti-drone, ainsi que le drone autonome de surveillance ISS SPOTTER - la solution la plus aboutie du marché en termes de recherche et de développement destiné à réaliser des levées de doutes et des rondes

de surveillance préprogrammées ou guidées par téléopérateur.

Security Systems by Protec est la seule société à ce jour proposant l'implémentation des technologies innovantes dans la sécurisation des sites avec la maîtrise du métier de la sécurité humaine et la mise à disposition des services associés comme l'installation des drones sur place, la maintenance et la télésurveillance.



Tél. + 33 (0)1 64 88 26 00
contact@protecsecurite.com
www.groupeprotec.fr

SECURITY SYSTEMS BY PROTEC
Tél. +33 (0)1 64 88 26 18 / +33 (0)7 71 85 01 76
contact@protecsecuritysystems.fr
www.protecsecuritysystems.fr/
drone-autonome
www.protecsecuritysystems.fr

■ BEHAR SÉCURITÉ

Pour un éclairage de sécurité architectural, décoratif et multifonctionnel

Depuis 50 ans, BEHAR Sécurité n'a de cesse de révolutionner les codes esthétiques de l'éclairage de sécurité. Une griffe plébiscitée par les architectes, dans les musées, châteaux, hôtels de prestige... Retour avec Didier Giraud, P.-D. G., sur cette approche innovante hautement qualitative.

Intégrer l'éclairage de sécurité dans le design des bâtiments, un pari ambitieux!

Didier Giraud : Certes ! Mais un pari tenu grâce à un positionnement différenciant qui revendique l'intégration architecturale décorative de l'éclairage de sécurité dans les bâtiments. Une stratégie basée sur l'innovation, le design et la customisation des produits qui fait aujourd'hui notre signature car pour nous, l'éclairage de sécurité ne doit plus être une contrainte normative, mais doit participer à la réalisation architecturale d'un projet et à sa valorisation.

Votre capacité à personnaliser les produits sur mesure : une carte maîtresse ?

D. G. : Certainement. Nous sommes le seul fabricant capable de concevoir et développer un luminaire d'éclairage de sécurité sur demande. Cette customisation par projet nous permet de répondre aux exigences de secteurs particuliers tels que les châteaux, musées, hôtels de luxe... et de faire écho aux exigences des architectes, promoteurs, décorateurs qui souhaitent que l'éclairage de sécurité suive leurs codes design ou des architectes des monuments historiques qui recherchent une intégration la moins intrusive possible.

Que permet la customisation des produits ?

D. G. : De s'affranchir des contraintes techniques liées au bâti : couleurs, matériaux, forme, type de fixation... Tout est possible d'autant plus que nous travaillons des produits en carrosserie métallique avec des pictogrammes en sérigraphie... cela ouvre le champ du possible et garantit la durabilité de nos produits.

Ces gammes uniques se retrouvent-elles au sein de votre catalogue ?

D. G. : Tout à fait. À chaque création de produit spécifique, si l'on considère qu'il est reproductible à grande échelle et à un prix raisonnable, nous l'industrialisons afin qu'il se retrouve dans notre catalogue dédié aux



Créée pour le Louvre, cette applique révolutionne le bloc de sécurité en en faisant un objet lumineux décoratif.



Exploit technique au Lutetia avec la création de ce pavé lumineux sortant du mur sans aucune partie de fixation visible.

entreprises. Les challenges que nous posent les architectes sont autant d'innovations qui viennent continuellement enrichir notre offre.

Être aux côtés du client le plus en amont, est-ce la clef de votre réussite ?

D. G. : Cela y participe. Travailler le plus en amont possible avec le client final pour de la maintenance, l'architecte pour un projet ou une rénovation de monument historique est essentiel pour comprendre leurs besoins et les conseiller sur la meilleure solution technique économique pour leur projet.

Quelle est la valeur ajoutée de vos kits de maintenance ?

D. G. : De pouvoir basculer sur une technologie Led en toute simplicité, de façon invisible et très rapide. Une solution ingénieuse qui répond notamment aux contraintes des grands sites puisque nos kits se substituent aux anciens blocs sans aucuns travaux. On répond ainsi à leur attente en termes de rapidité d'installation, d'économie et d'éco responsabilité, mais aussi de durée de vie et de maintenabilité. Une offre que nous sommes les seuls à proposer.



La gamme S-Kape, développée avec l'architecte Jean-Michel Wilmotte, 1re gamme multifonctionnelle.

« L'éclairage de sécurité ne doit plus être une contrainte normative, mais doit participer à la réalisation architecturale d'un projet »



L'art de se fondre dans le décor avec cet éclairage de sécurité cylindrique en harmonie avec les luminaires créés pour l'hippodrome ParisLongchamp par l'architecte Dominique Perrault.

Comment s'envisage l'éclairage de sécurité demain ?

D. G. : Assurément connecté pour une maintenance préventive effective, design, écoresponsable et multifonctionnel afin que l'éclairage de sécurité participe pleinement à la circulation du public dans les bâtiments.

BÉHAR
sécurité

Tél. +33 (0)1 47 88 31 31
contact@beharsecurite.com
www.beharsecurite.com

■ ACG CYBERSECURITY

L'expertise pour la réussite des projets cybersécurité

De par son approche globale, ACG Cybersecurity, l'un des leaders du Conseil en sécurité de l'information et du Risque IT en France et à l'international, affiche sa différence sur le marché. Focus sur sa palette d'expertises avec Bechir SEBAL, son fondateur.

Quel est le point de défaillance des entreprises ?

Bechir SEBAL : Face aux risques auxquels elles sont confrontées, le point de défaillance le plus criant reste pour la plupart d'entre elles, le manque de gouvernance en termes de cybersécurité de l'information. Or aujourd'hui, nul n'est à l'abri des cyber attaques. C'est un aspect frappant du marché actuellement.

Quel est votre spectre d'intervention ?

B. S. : En tant que pure player cyber sécurité, il est total. N'étant pas spécialisés sur un seul secteur de la cybersécurité, nous sommes en capacité d'offrir une approche globale qui nous permet de couvrir tous les services impactés en intervenant à la fois sur le conseil et l'audit de la sécurité des systèmes d'information, l'analyse des risques IT, la gouvernance, la mise en conformité RGPD, PCI-DSS et HDS ainsi que le développement des politiques de sécurité de l'information et des plans de continuité d'activité et la mise en place des SMSI⁽¹⁾ ISO 27001 et SMCA⁽²⁾ ISO 22301. Sans oublier notre pôle formation primé par le PECB en 2019.

Qu'en est-il de la sécurité Cloud ?

B. S. : Nous avons une expertise très ciblée portée par des consultants certifiés. Le fait d'être partenaire officiel Microsoft et AWS signe le haut niveau de notre savoir-faire en la matière.

9 pôles d'expertises pour un accompagnement global

- Mise en conformité RGPD;
- Audit intrusif;
- Management des risques;
- Continuité des activités;
- Assistance à RSSI;
- Mise en place d'un SMSI;
- Conformité PCI-DSS;
- Conformité HDS;
- Diagnostic cybersécurité.



L'équipe dirigeante d'ACG Cybersecurity (de gauche à droite): Bechir SEBAL, Directeur Général (CEO) - Zied SMAIL, Directeur des Opérations - Rabah HACHICHI, Directeur Technique et Stratégie

« Nos experts sont parmi les premiers à être certifiés ISO 27701, ce qui conforte notre valeur ajoutée sur le marché »

Que proposez-vous en matière de test d'intrusion ?

B. S. : Nous avons tout un pôle de compétence pentesting et offrons plusieurs services en la matière: Tests d'intrusion et de phishing, les tests d'intrusion Red-Team avec nos clients, l'audit sécurité mais aussi les réponses à incidents dans le cas d'attaques ou pénétration.

Quelle est la nature de votre accompagnement ?

B. S. : Aider nos clients, entreprises et opérateurs à intégrer les nouvelles technologies de l'information et de la communication en leur offrant les solutions et les services qui rendent leurs réseaux et systèmes de communication disponibles, performants, sécurisés et évolutifs. Cette position s'appuie sur une large expérience dans la conception et la mise en œuvre de systèmes et de réseaux complexes ou critiques.

En quoi vous distinguez-vous ?

B. S. : D'abord par notre forte expertise qui est le fruit de plus de 15 ans d'expérience en matière de sécurité de l'information et cyber sécurité; autant de savoir-faire validés par des certifications reconnues à l'échelle mondiale. Nous sommes d'ailleurs les premiers à être certifiés ISO 27701; c'est un véritable point différenciant pour nos clients, qui conforte notre valeur ajoutée sur le marché.

Quelles sont les nouveautés 2020 d'ACG ?

B. S. : Il y en a plusieurs parmi lesquelles le développement d'une méthodologie nous permettant d'accompagner nos clients dans la mise en place d'un système de management selon la norme 27701.

1. Système de management de la sécurité de l'information.
2. Système de management de continuité de l'activité.



contact@acgcybersecurity.fr
http://www.acgcybersecurity.fr

LA PERFORMANCE COMMERCIALE MONTÉE EN PUISSANCE D'UN INDICATEUR TOUJOURS PLUS STRATÉGIQUE



Parfaite connaissance des profils clients, bonne maîtrise des outils digitaux, motivation et suivi des équipes... Pour gagner en performance commerciale, l'entreprise doit continuer de miser sur une stratégie de fond, tout en activant les meilleurs leviers possibles.

Dans un monde toujours plus incertain et complexe, où la concurrence entre les entreprises fait rage, la direction marketing s'est érigée en bras armé de la direction générale. Support de la force commerciale, c'est sur ses épaules que repose la mission de délivrer la vision stratégique de l'entreprise qui va être jugée in fine sur sa qualité de services et sur la satisfaction des usagers, en clair, sur sa performance commerciale.

Avec l'arrivée du numérique qui a démultiplié les ruptures technologiques et les changements des usages des consommateurs, la direction marketing doit désormais et plus que jamais sortir du lot et marquer sa différence. Avec elle, tout le cycle de vente se retrouve en première ligne. De la prospection au process de vente, en passant par la communication et la relation client, toute la chaîne se retrouve impactée. La nécessité d'une organisation performante, de process

de prospections et techniques de ventes calibrées, de forces de ventes affûtées, formées et motivées, sans oublier la parfaite intégration des outils digitaux, sont autant de facteurs déterminants qui vont assurer cette performance commerciale sans faille, recherchée par les entreprises, car synonyme de la plus-value.

Se donner les moyens de toucher sa cible...

Pour qu'une force de vente soit engagée et donc efficace, encore faut-il parfaitement

connaître les attentes des clients afin de consolider un maximum de connaissances qui vont aider à définir les cibles et les attentes. Autrement dit, construire un plan d'actions marketing qui sera ajusté en fonction du contexte et des besoins clients. Suivre efficacement un portefeuille de consommateurs, générer des alertes, avoir la bonne approche au travers du bon canal... Autant d'éléments qui font qu'un commercial doit avoir les outils et les moyens d'être en prise directe avec les usagers au travers d'analyses de marchés, de tactiques de réseaux, pour gagner en précision et donc en agilité pour délivrer le bon message, le bon produit. User efficacement d'une compilation d'informations acheteurs, notamment au travers de l'écoute ou de conseils, fait partie des règles élémentaires pour guider le comportement des commerciaux. Pour ce faire, bon nombre de professionnels s'appuient sur des solutions ou sur des outils pertinents qui vont les aider à augmenter leur productivité. Jack in the Box propose par exemple un logiciel totalement innovant pour perfectionner la méthode de rédaction des propositions commerciales, des mémoires techniques et des réponses aux appels d'offres et surtout qui va optimiser le taux de transformation de ces offres. ▶



Parmi ses nombreux atouts, cette solution, dénommée Proposal Studios, offre la possibilité de scénariser la réponse la mieux adaptée à l'offre commerciale, et générer une mise en page automatique.

Former, coacher, accompagner pour une bonne force de frappe commerciale

Depuis l'apparition du digital, et encore plus avec l'émergence de l'intelligence artificielle, tout va très vite, trop vite peut

être... D'ailleurs, l'entreprise qui réussit n'est pas forcément celle qui est la première à se présenter sur un marché, non l'entreprise qui remporte la mise est celle qui exécute le plus vite avec un niveau de qualité satisfaisant.

Pour assurer son succès, la direction marketing devra donc mettre en place une organisation adaptée et réactive pour réduire le temps nécessaire à la création de valeurs et pour s'adapter aux multiples changements induits par la concurrence,

DÉVELOPPER EN INTERNE LA COMMUNICATION SUR LA STRATÉGIE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

Cela devient une évidence pour de plus en plus d'entreprises : Atteindre l'excellence commerciale n'est possible qu'à la condition d'impliquer tous les salariés de l'entreprise et ce, de la manière la plus transversale possible. Autrement dit, irriguer tous les services de l'organisation, de tous les préceptes commerciaux à atteindre pour éviter qu'à peine un quart des employés ne soient les seuls à connaître précisément les ressorts de leur propre stratégie commerciale. De plus en plus d'entreprises l'ont bien compris et les plus performantes d'entre elles se sont attachées depuis longtemps à partager cette stratégie au plus grand nombre. Même si la force de frappe des équipes commerciales n'est généralement pas un secret pour les autres collaborateurs, il n'en demeure pas moins que cet indispensable pilier et notamment son apport, ne sont toujours pas rentrés dans les mœurs managériales.

les clients, le contexte économique ou réglementaire. Plusieurs leviers doivent être activés : responsabiliser et donner de l'autonomie aux équipes dans un cadre précis servant les objectifs de la direction, instituer la culture du feedback, développer la polyvalence des équipes, les récompenser en fonction des efforts fournis...

« **Bon nombre de professionnels proposent des solutions ou outils aussi pertinents qu'efficaces pour aider les entreprises à augmenter la productivité des commerciaux.** »

VALUESELLING ASSOCIATES

Faites la différence par la valeur !

Soyez meilleurs que vos concurrents en utilisant une méthodologie de vente efficace. Entretien avec Dominique Hans, Associé ValueSelling en France.

La création de valeur est-elle un défi pour les commerciaux ?

Dominique Hans : Parfaitement. Dans ce monde extrêmement concurrentiel, mouvant et en accélération, seule la valeur de l'offre portée par le commercial fait la différence pour contrer la pression permanente sur les prix. Cela demande aux commerciaux d'être capables de montrer la singularité de leur offre en se concentrant sur la valeur qu'elle apporte et non sur les caractéristiques de leurs produits ou services. La priorité des clients n'est pas d'acheter la solution la moins chère. Elle est d'investir dans une solution qui apporte de la valeur à leur activité.

Comment vendre la valeur plutôt que le prix ?

D. H. : Les commerciaux devront mener une discussion sur la valeur en identifiant d'abord les enjeux clés et les problèmes



Dominique Hans, associée France de ValueSelling Associates. associés, proposer la solution qui y répond et déterminer les résultats attendus. Grâce à un questionnement pertinent, ils découvriront la valeur spécifique de chaque client afin de comprendre pourquoi le client achète. Avec cette approche, les

commerciaux deviennent plus crédibles et se différencient des autres, car ils s'intéressent au business de leurs clients.

Qu'est-ce que cela impose ?

D. H. : De la méthode. La force de la méthodologie ValueSelling est d'aligner le processus de vente au processus d'achat du client en se focalisant sur ses enjeux et objectifs liés à son métier. ValueSelling Associates, leader mondial des formations à la vente propose une méthodologie pratique pour vendre la valeur orchestrée autour de 3 piliers : e-learning, pour découvrir les outils, formation délivrée par des consultants expérimentés et coaching pour accélérer la mise en place opérationnelle. Cela permet aux clients, start-up comme grands groupes, d'augmenter leurs revenus et leur productivité de façon significative, jusqu'à 318 %.



Keep it simple. Done right.

Tél. +33 (0)6 10 28 33 79
dominique.hans@valueselling.com
www.performhans.com
www.valueselling.com

■ YOUR SALES TEAM

Plus que des formations, des solutions!

Former, transformer, performer, un triple engagement porté par Your Sales Team, cabinet de transformation commerciale. Philippe Beaupré, son fondateur, revient sur ces prérequis qui visent à retrouver le plaisir de vendre. Focus sur l'intelligence de cette approche aussi innovante qu'ambitieuse.

Pourquoi, est-il temps de repenser les méthodes de vente, la relation commerciale et le management ?

Philippe Beaupré: Parce que les méthodes de vente ont évolué moins vite que les process et les outils digitaux créant ainsi un énorme décalage. Ainsi, au fil du temps, la formation commerciale n'a plus répondu aux nouvelles exigences. Ensuite, il convient aussi de faire écho à la rationalisation des offres survenue au gré des rachats d'entreprises : pour le client les solutions se ressemblent et le prix devient le premier facteur différenciant. La grande majorité des entreprises en BtoB n'ont pas, ou peu, accompagné leurs forces de vente en cohérence avec leur propre évolution digitale. C'est ce double constat qui m'a amené à repenser la vente, la relation client et le management commercial pour redéfinir le rôle de l'individu et la façon dont il se place dans la relation commerciale.



Philippe Beaupré, fondateur de Your Sales Team

Tendre vers la vente de valeur : seul passage obligé ?

P. B. : À force de répéter que le client est roi, la prophétie s'est réalisée ! Avec les réseaux sociaux et la vente sur internet, le client a appris à se débrouiller seul, sans l'aide

Your Sales Team : agir sur tous les leviers de performance commerciale

FORMER à savoir apprendre plus VITE, plus EFFICACE, moins CHER

TRANSFORMER pour être plus aligné, plus agile, plus digital

PERFORMER afin de vendre plus, plus vite, avec plus de valeur ajoutée.

Un dispositif complet et sur mesure.

d'un vendeur. Il est désormais urgent de repenser la performance commerciale que cela soit sur les techniques de vente comme sur les méthodes managériales afin de faire la différence dans cette nouvelle relation de vente.

Quels sont ces ingrédients qui participent aujourd'hui à l'efficacité d'une formation commerciale ?

P. B. : Face à un client de plus en plus connecté, mais de moins en moins attentif, les nouveaux enjeux sont de capter « sa minute d'attention disponible », développer sa mémorisation et provoquer l'impulsion d'achat. C'est l'objectif de mes formations « sur-mesure » qui s'inspirent des neurosciences, de l'intelligence émotionnelle, mais aussi des techniques publicitaires pour sublimer la vente, la relation client et le management. En écho à la révolution digitale, les entreprises doivent aussi réussir leur transformation commerciale.

« Avec les réseaux sociaux et la vente sur internet, le client a appris à se débrouiller seul. Il est urgent de repenser la performance commerciale »

Que veut dire, pour vous, réussir sa transformation commerciale ?

P. B. : Transformer c'est plus que Former ! Ça veut dire être en capacité d'avoir une signature commerciale qui respecte l'« ADN » de l'entreprise. Cette quête de singularité passe par une transformation individuelle et collective. C'est pour cela que nos formations adressent toute la Chaîne de valeur commerciale : de l'assistante au manager, en passant par le conseiller, le KAM ou le technicien pour faire de chaque contact un moment de vérité pour le client.

Quel est l'intérêt d'intégrer les neurosciences ?

P. B. : Manager c'est de plus en plus « vendre ses décisions » tandis que vendre c'est influencer son client. Face à la pénurie de très bons commerciaux en recrutement, les entreprises cherchent à développer l'agilité, la proactivité et le sens de l'initiative de leurs équipes internes. Nous avons transposé les méthodes issues des neurosciences – intelligence émotionnelle, coaching mental, leviers d'influence, etc. – à la vente et au management commercial pour engager chacun dans une démarche de changement de méthode, de vision et de posture maîtrisée. L'enjeu est de former autrement, pour transformer concrètement et ainsi performer durablement.



BOOST YOUR BUSINESS

Tél. +33 (0)6 32 99 18 85
pbeupre@yoursalesteam.fr



En clair, faciliter la mise en place d'une organisation réactive et adaptée, pour générer l'engagement des collaborateurs. Coaches-experts qui vont les challenger pour les faire évoluer et les aider à adopter les meilleures méthodes de ventes, consultants détachés qui vont les accompagner dans le

déploiement commercial, services de qualité pour les former, les coacher... Pour gagner en performance commerciale, l'entreprise ne doit pas hésiter à s'entourer des bons experts. Certains d'entre-eux qui offrent de tels services développent une approche aussi innovantes qu'atypiques. C'est le cas de Decide

LE DIGITAL : PLUS QU'UN OUTIL, UN INDISPENSABLE ALLIÉ DU QUOTIDIEN !

De la décision d'achat, en passant par le suivi client et jusqu'au paiement, jamais des outils n'ont autant durablement marqué les cycles de ventes pour apparaître aujourd'hui aussi incontournables qu'indispensables. Le digital et surtout sa maîtrise parfaite sont clairement devenus un des enjeux majeurs de l'entreprise, surtout à l'heure où pour bon nombre d'entreprises, la stratégie commerciale de cette dernière repose sur du multicanal (mobile, web, boutique...). Grâce à la donnée de qualité récoltée et maîtrisée, la direction marketing pourra ainsi s'appuyer sur ces différents outils digitaux pour activer différents cas d'usage à destination du client : personnalisation, nouveaux services permettant de générer du chiffre d'affaires additionnel... Forcément, pour adapter discours et messages en fonction des cibles visées, les sollicitations multi-supports doivent être segmentées et doivent surtout prouver leur capacité à s'adapter en temps réel tant aux attentes qu'aux retours et à la satisfaction client.

& Go : Florence Pignot, sa fondatrice, qui exerce depuis 10 ans, en qualité de consultante, formatrice et coach dans le domaine de l'efficacité commerciale, du management, de la communication et de l'intelligence collective, laquelle mixe compétences métiers et savoir être. Elle intervient auprès

des entreprises dans tous les secteurs d'activités avec une dominante industrie et tertiaire. « Mon parti-pris dès le début a été d'intégrer les outils du coaching et de l'efficacité personnelle à mon travail de formatrice en efficacité commerciale » conclut la fondatrice. ●

SALES CARE

Générateur de performance !

Trouver Le bon commercial, rendre agile son organisation, revisiter sa posture managériale, former ses vendeurs. Sales Care décline une offre à 360° dédiée à l'efficacité commerciale. Focus avec Thierry Bouchard, son président.



Thierry Bouchard,
Président de Sales Care

L'externalisation est-elle LA solution à la difficulté de recrutement de bons commerciaux ?

Thierry Bouchard : Face à la pénurie en France (il manque 200 000 commerciaux), au processus de recrutement long et coûteux, elle apporte une réponse rapide et agile et peut être aussi une étape efficiente à un recrutement à terme.

Votre force est-elle dans votre réseau ?

T. B. : Oui, mais pas seulement. Il est vrai que le fait de travailler un vivier de talents sur du long terme nous permet de trouver quelqu'un de performant très rapidement,

gagne d'un ROI rapide pour l'entreprise. On les recrute, on les salarie, on les place en mission au moins pour un an. Mais on assure également leur pilotage. Notre expertise en management commercial est alors un sérieux atout.

Quels sont, selon vous, les éléments contributeurs de la performance commerciale ?

T. B. : Avant tout bien sûr, un recrutement soigné. Ensuite une formation efficace et continue aux techniques de vente. Le commercial est comme un sportif : il a besoin de s'entraîner, de s'améliorer et de pratiquer. Et c'est bien par ce prisme d'efficacité et d'opérationnalité que nous organisons nos formations en mixant théorie, mises en situation et coaching terrain. Enfin, un

management exigeant et bienveillant tout en étant tourné vers les résultats et la montée en compétence.

Y a-t-il un type de management spécifique aux Commerciaux ?

T. B. : Il y a surtout le management de proximité, car le commercial est inquiet par nature. Facteur clé de performance, la posture du Manager tourné vers ses collaborateurs plutôt que vers sa hiérarchie n'est malheureusement pas légion. C'est le constat que je fais depuis longtemps, notamment à travers les audits que nous menons. Un commercial n'est pas qu'un résultat en fin de mois ; les résultats ne sont que la conséquence de tout cela.



Tél. +33 (0)7 81 83 52 57
coletta.trivero@salescare.fr
www.salescare.fr

DECIDE & GO

Pas d'efficacité commerciale sans efficacité personnelle!

Tel est le constat de Florence Pignot, fondatrice de Decide & Go, dont l'approche mixe compétences métier et savoir-être. Sésame pour un changement intégré, assurément efficient et surtout durable. Focus sur cette alchimie gagnante plébiscitée par nombre d'entreprises.

Decide & Go : une promesse ou un engagement ?

Florence Pignot : Un engagement assuré. Un engagement tenu grâce à la démarche holistique que j'insuffle à mes formations qui permet aux individus de rayonner à la fois par leur expertise métier mais aussi par leur posture. Détenir les clefs de son métier ne suffit plus car si l'on veut se démarquer de l'intelligence artificielle, il faut également aller puiser dans les compétences de savoir-être; autant de compétences transverses déterminantes dans la vie professionnelle qui participent à l'atteinte des objectifs. Il est donc essentiel d'apprendre à adopter la bonne posture face à un environnement de plus en plus complexe et changeant. Rien ne sert d'avoir une technique si l'émotionnel n'est pas maîtrisé. C'est une approche globale qui permet d'oser le changement.

BtoB, BtoC, force de vente, management... vos formations ciblent tous les champs de la fonction ?

F. P. : Effectivement, j'interviens depuis 10 ans dans tous les secteurs d'activité, ce qui me permet d'adresser différentes populations aux enjeux très différents et de rapporter les meilleures pratiques.

Quelle est la problématique de la formation à la performance commerciale ?

F. P. : La mise en application, c'est vraiment la difficulté que rencontrent les donneurs d'ordre. Et c'est un peu normal car le fait d'avoir compris ce qu'il convient de faire n'est pas suffisant à une mise en œuvre



Florence Pignot, fondatrice de Decide & Go

effective. Il est nécessaire de faire le lien avec le terrain pour assurer la mise en application des savoirs. Et générer l'engagement.

Dans quel état d'esprit abordez-vous la formation ?

F. P. : Celui du plaisir et du souci de l'efficacité en construisant de vrais programmes mêlant développement personnel et techniques de vente étayés de cas pratiques métier et, surtout, de sessions post-formation pour accompagner l'opérationnalité des acquis.

Pourquoi ce parti pris de former managers et commerciaux ?

F. P. : Pour que l'effort soit partagé; le rôle principal des managers est de mettre les commerciaux en situation de réussite. C'est pourquoi je les coache au coaching de la vente de façon à obtenir la transformation souhaitée.

Pourquoi le coaching ?

F. P. : Parce que la vente est une démarche de conseil avant tout. Lorsque l'on est dans une posture de coach envers son client, on vend beaucoup mieux et plus longtemps. On construit depuis l'autre et pour l'autre,

« Avoir les clefs de son métier ne suffit plus si l'on veut se démarquer, il faut également aller puiser dans les compétences de savoir-être. »

cela suggère de le faire en s'adaptant à son niveau de réflexion, son appropriation du sujet, son retour d'expérience. Et c'est là où les outils du développement personnel tels que la PNL, l'analyse transactionnelle ou la communication non violente... prennent tout leur sens et s'avèrent des plus efficaces pour la vente et le management.

Vous utilisez différents outils, dont le théâtre : quel est son intérêt ?

F. P. : C'est un formidable outil pédagogique qui place les participants dans des situations déstabilisantes révélatrices de ce que leur posture induit dans la relation. Ils vont apprendre à poser leur voix, gérer le regard, les silences, conditionner l'ambiance par une certaine attitude... Le théâtre renforce l'agilité et la capacité à faire face aux événements de façon souple, tout en étant affirmé.

Alors au final on serait tenté de vous demander : ça marche ?

F. P. : Oui très clairement au vu des mails que je reçois des participants et des donneurs d'ordre. Des retours très concrets qui actent le changement que cela soit pour la négo, la prospection, la gestion du temps, la gestion des émotions...



Tél. +33 (0)6 98 18 15 06
decide.go.contact@gmail.com
in decidego-florence-pignot

Decide & Go

Une philosophie

- > État d'esprit
- > Soft skills
- > Esthétique
- > Plaisir

Un périmètre d'intervention

Conseil, cursus management & efficacité commerciale, conventions, coaching.

■ ADSI DIGITAL

izOrder: LA solution OFFLINE qui optimise la performance des forces de vente terrain

Pionnier français dans l'édition de solutions de mobilité, ADSI DIGITAL accompagne la transformation digitale des forces de vente avec son application izOrder. Focus avec Martin Parard, cofondateur.

Les nouvelles technologies peuvent-elles optimiser la performance commerciale ?

Martin Parard : Parfaitement, elles offrent véritablement de nouveaux leviers pour supporter et rendre encore plus efficaces les démarches de vente en mobilité, sur le « terrain ». Découvrez l'avis de nos experts dans notre livre blanc CRM Mobile, les 9 leviers à exploiter, en téléchargement libre sur notre site.

Y a-t-il des résultats probants ?

M. P. : Oui, et ils sont sans appel. Les forces de vente terrain équipées d'outils de SFA¹ améliorent en moyenne de 20 % leur performance commerciale et réduisent de près de 30 % le coût de gestion de leurs commandes « terrain »².



Comment cette « révolution » izOrder se matérialise-t-elle ?

M. P. : Disponible sur tablettes iOS et sur terminaux Windows 10, notre application izOrder permet de digitaliser l'ensemble du cycle de vente : de la préparation des rendez-vous (statistiques & tableaux de bord embarqués, historiques de vente client, tournées de visites, etc.), au rendez-vous client lui-même (présentation produit, saisie de commande, signature du client, recouvrement & encaissement), jusqu'à la gestion de l'après-rendez-vous (compte rendu de visite, remontée d'information au Siège, etc.).

IA, digitalisation des relations client... est-ce la fin annoncée des commerciaux terrain ?

M. P. : Je ne serai pas aussi catégorique. S'il est clair aujourd'hui que le front du BtoC est perdu et qu'une très large partie de l'intermédiation commerciale a déjà été remplacée par des programmes et interfaces de « self service » de plus en plus intelligents, le constat est tout autre en B2B. Ces approches demeurent le plus souvent basées sur des démarches de vente à valeur, qui sont plus techniques et plus complexes ; aussi nos commerciaux nomades sont encore loin de pouvoir être remplacés par des machines. Mais le papier & le stylo, si !

1. *ie Sales Force Automation*

2. *Source ADSI Digital : moyenne calculée à l'issue des déploiements de la solution izOrder réalisés de janvier 2011 à décembre 2018*

Tél. +33 (0)1 81 93 83 00 - contact@izorder.fr
www.adsi-digital.com

■ KNOW-FUTURES

Vendre avec les neurosciences et la méthode 4Colors

Brigitte Boussuat, co-auteure de 4 livres chez Dunod (Vendre avec les couleurs, Former avec les neurosciences et le Funny Learning...) nous explique comment les neurosciences apportent un nouvel angle de lecture et des réponses opérationnelles différenciantes.

Les neurosciences en matière de performance commerciale sont-elles vraiment utiles ou un simple gadget ?

Brigitte Boussuat : Sourire... D'entrée de jeu, je peux dire qu'elles apportent de l'oxygène aux vendeurs donc une nouvelle motivation. Par exemple, tous les vendeurs ont été formés à poser des questions ouvertes, souvent avec la méthode CQCOQP (Combien, quoi, quand...). Pourtant, il suffit de les mettre au défi de trouver le plus vite possible un objet caché, pour qu'ils courent aux 4 coins de la pièce en vous bombardant de dizaines de questions alors deux suffisaient ! Les questions ouvertes naissent d'un cerveau ouvert, fonctionnant en mode diffus et non en mode mental automatique. Or c'est sur ces questions que reposent les offres additionnelles...



Brigitte Boussuat

En quoi la personnalité influe sur la performance ?

B. B. : Notre personnalité s'appuie sur 4 grandes tendances comportementales : dominer (rouge), interagir (jaune), stabiliser (vert) et se conformer (Bleu).

En découvrant son style, un vendeur, cerne mieux pourquoi cela fonctionne avec certains clients (ceux qui lui ressemblent souvent). Il

découvre aussi son style opposé et trouve des clefs pour oser s'aventurer en zone d'inconfort, (or cela représente quasiment 25 % de ses clients...)

Comment cette méthode peut-elle aider les manager ?

B. B. : Plutôt que de mettre la pression aux équipes, exercer son rôle de manager coach est la clef. En ce sens, établir un diagnostic qui relie chaque étape de la vente à la personnalité du commercial, permet de co-construire de vraies solutions qui valorisent l'agilité comportementale. Adapter les techniques de vente à l'individu pour qu'elles soient durablement arrimées et non le contraire.



contact@know-futures.com
www.know-futures.com

JACK IN THE BOX

Proposal Studio : Convaincre par l'écrit !

Signer plus, plus vite et mieux, voilà toute la plus-value de Proposal Studio qui rend convaincantes les propositions commerciales. Éric Legrand, président, et Fabrice Peim, D. G., reviennent sur cette innovation qui optimise le taux de transformation des offres.

Quel est le problème avec les écrits commerciaux ?

Fabrice Peim : La qualité, la pertinence et l'efficacité des contenus. Qu'il s'agisse d'appel d'offres, de contrats, de documents de soutenance... tout le monde est confronté à cette difficulté de bien rédiger, de disposer des bonnes informations, de bien mettre en forme... c'est une activité quotidienne majeure qui est partie prenante du processus de vente. Or aujourd'hui, force est de constater que les résultats ne sont pas au rendez-vous.

Eric Legrand : Faire savoir son savoir-faire est un exercice à la fois délicat et hautement stratégique or les entreprises investissent pour recruter de bons commerciaux, pour les former, pour être visible sur la toile, sur les réseaux sociaux... mais font souvent l'impasse sur cette qualité documentaire attendue. C'est somme toute assez paradoxal ! Et c'est tout le sens du Proposal Management, dont nous sommes les seuls experts en France.

Pourquoi un logiciel, les outils bureautiques ne remplissent-ils pas déjà cette mission ?

F. P. : Pas à 100 % et comment pourraient-ils le faire alors qu'ils sont souvent la source de recyclages hasardeux d'offres, de copier-coller suicidaires d'argumentaires, de mises en page approximatives... Proposal Studio répond à ces limites en encadrant et sécurisant les contenus tout en adaptant la mise en page à la charte graphique de l'entreprise. Avec pour engagement d'améliorer la lecture du document, c'est-à-dire, qu'il soit le plus attractif possible, le plus digeste et plus impactant commercialement.

L'élément central de Proposal Studio est son questionnaire « intelligent ». Quel est son but ?

E. L. : Effectivement, c'est très différenciant. Ce questionnaire embarqué, personnalisé en fonction du métier de l'entreprise ciblée, devient un support essentiel lors de la prospection mettant ainsi fin aux approches clientielles partielles, mais aussi, en étant le reflet



Proposal Studio offre la garantie de maîtriser son image, son message et son temps.

exact des échanges, une aide plus que précieuse à l'étape de la rédaction.

F. P. : Un de ses atouts réside dans le fait qu'en fonction des réponses apportées, il va pouvoir scénariser la réponse la mieux adaptée à l'offre commerciale, et générer une mise en page automatique.

« La clarté du contenu conjuguée à la capacité de Proposal Studio de limiter les erreurs contribue à un taux de signature à la hausse. »

Appel d'offres, mémoire, soutenance... Proposal Studio s'adapte-t-il vraiment à tous les documents ?

F. P. : Tous, qu'ils s'agissent d'appel d'offres, de CGV, de contrats, de mémoires techniques ou de propositions commerciales... Notre solution embarque même un support visuel de soutenance qui garantit que ses données principales ne seront pas en désaccord avec celles du dossier initial; ce qui est légion en la matière.

En quoi simplifie-t-il ce laborieux travail de rédaction ?

E. L. : Parce qu'il est organisé autour de 7 fonctionnalités clés : le questionnaire intelligent qui appelle les contenus pertinents; un éditeur de texte intuitif pour personnaliser sa proposition; une base de connaissances

qui centralise les contenus, images et PDF; un moteur de rendu PDF pour générer un document à la charte; un module collaboratif pour partager, valider et suivre les contributions et une assistance online si besoin.

Qu'est-ce qui lui permet d'optimiser le taux de transformation des offres ?

E. L. : La clarté du contenu, son esthétisme et la maîtrise du storytelling conjugués à sa capacité de limiter les erreurs, qui rendent les offres hors concours et irrecevables, contribuent à la productivité des équipes commerciales et à un taux de signature à la hausse.

Proposal Studio, c'est aussi un accompagnement d'experts.

F. P. : Nous conseillons nos clients aux bonnes pratiques de rédaction via des ateliers de travail avec les forces de vente, la communication, le marketing. Objectif : les amener à s'interroger sur le contenu de leurs documents tant sur le fond que sur la forme. Indispensable pour pérenniser les acquis de la solution.



JACK IN THE BOX

Tél. +33 (0)2 85 52 30 42
contact@jack.fr
www.proposal.studio
www.jack-in-the-box.fr

CHRYSLALIDE FORMATIONS

Savoir VENDRE PLUS ET MIEUX !

Tel est l'engagement de CHRYSLALIDE Formations qui s'appuie sur la méthode DISC Couleurs, déployée avec succès auprès de plus de 20 000 commerciaux dans plus de 1 000 entreprises. Jacques Legras, son fondateur, revient sur cette approche innovante qui ne fait plus vendre, mais acheter !

Cette méthode s'annonce comme un sésame à la vente en face-à-face. Quelle est la clef de son succès ?

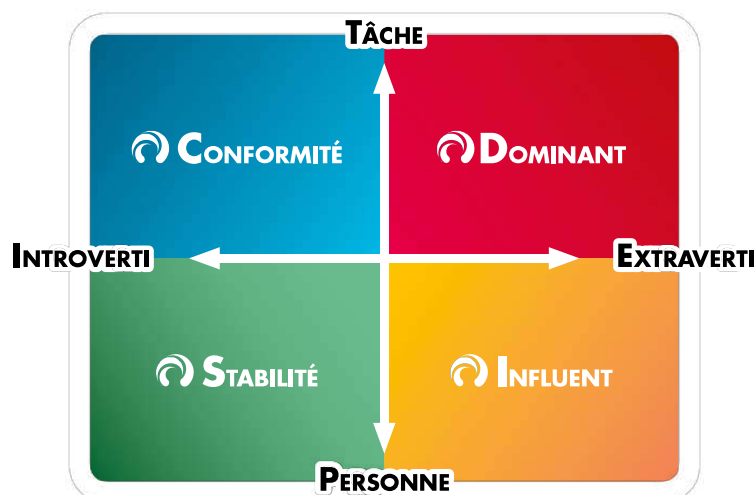
Jacques Legras : La clef de son succès est qu'elle permet aux commerciaux de changer diamétralement de posture dans la relation commerciale. En effet, combien de fois lors de mes accompagnements terrain j'ai vu des commerciaux qui déroulaient le même argumentaire sans prendre en compte le profil de l'acheteur qu'ils avaient en face. Cela se passe bien quand le commercial et le client ont le même profil comportemental soit 25 % du marché, malheureusement dans le cas d'un profil différent cela se solde trop souvent par un échec.

En quoi la prise en compte du facteur humain est-elle essentielle ?

J. L. : Parce qu'elle permet de ne pas se priver des 75 % restant du marché ! En connaissant la sensibilité d'achat du prospect, en changeant sa posture en fonction de cette « reconnaissance », en parlant son langage, on évite la distorsion. Prendre en compte la dimension comportementale et émotionnelle du client est un facteur clef de réussite et c'est le socle de la méthode Chrysalide DISC Couleurs.

Qu'est-ce que cette méthode Chrysalide DISC et ses 4 couleurs ?

J. L. : C'est une grille de lecture qui identifie 4 grands profils de clients selon 4 couleurs,



CHACUN D'ENTRE NOUS POSSÈDE L'ENSEMBLE DE CES QUATRE COULEURS. CES COULEURS PEUVENT CHANGER EN FONCTION DES SITUATIONS ET DES PERSONNES.

qui ont des modes de fonctionnement différents et imposent une communication adaptée. Le Bleu cerne un client introverti qui recherche des garanties et un discours précis ; le Jaune, plus extraverti, fonctionne plus à l'affectif et il est sensible à la nouveauté ; le Rouge est extraverti et tourné vers les objectifs rationnels et le Vert, introverti a une forte dimension humaine et est en recherche de stabilité. L'objectif est d'apprendre à détecter ces profils et vendre le même produit de 4 manières différentes. La première étape démarre par une analyse comportementale permettant au commercial de découvrir son profil dominant.

Comment s'organise-t-elle ?

J. L. : Autour de quatre argumentaires produits que l'on va bâtir selon les critères des 4 couleurs et qui seront enrichis à chaque fois au travers des six filtres de la méthode des motivations d'achat SONCAS (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie) permettant de décliner les avantages en fonction de la sensibilité d'achat du profil client. C'est un vrai travail préparatoire qui va permettre la formalisation d'argumentaires extrêmement renforcés.

Démarrer c'est bien, mais savoir conclure c'est mieux !

J. L. : Tout à fait, c'est pourquoi cette méthode

couvre l'intégralité du processus de vente avec l'apprentissage de 8 techniques de conclusion pour les 4 profils DISC permettant de rendre l'accord naturel.

En quoi cela permet-il de déclencher de nouveaux clients ?

J. L. : Parce qu'elle donne les clefs aux commerciaux pour amener naturellement les techniques de recommandation suivant les profils lors de l'entretien de vente.

Quelles sont les conditions du succès ?

J. L. : Quand cette méthode est travaillée et managée, nous obtenons des résultats exceptionnels. C'est un puissant outil de vente qui permet d'obtenir une augmentation du taux de transformation de 5 % à 15 %.

Chrysalide
FORMATIONS

2 agences à Lille et à Paris

Tél. +33 (0)6 61 66 81 48

contact@chrysalide-formations.fr

www.chrysalide-formations.fr

50 recommandations à consulter sur
LinkedIn : Jacques Legras Chrysalide
Formations

Une méthode qui va plus loin que la vente

Avec son spectre large, elle permet d'améliorer la productivité, le travail d'équipe, mais aussi la communication. Son rayonnement multiple impacte :

- > Le Management en lui donnant les clefs pour avoir une gestion optimale et faire évoluer ses collaborateurs ;
- > Les RH en optimisant le recrutement de candidat idéal en termes de compétences comportementales ;
- > Les équipes en fédérant la cohésion et les énergies ;
- > Le collaborateur en lui permettant de développer son potentiel.

■ ABAQUE

Utiliser la contrainte réglementaire pour renforcer la stratégie et la cohésion d'entreprise

Comment faire des contraintes législatives un atout pour redonner son souffle à l'entreprise ? Telle est la force de l'accompagnement stratégique d'ABAQUE. Focus avec Jérôme Farrugia sur ces clefs qui permettent de sortir grandi d'une phase de changement stratégique.

Quels sont les impacts des évolutions réglementaires en série sur les entreprises ?

Jérôme Farrugia : Le plus marquant est la « fatigue décisionnelle » des dirigeants qui en ont assez et pensent que les efforts d'adaptation risquent d'être vains. On voit aussi des hyper-focus sur les procédures qui font que l'entreprise perd sa vision stratégique. Les équipes, la notoriété et la performance sont alors en danger.



Jérôme Farrugia, fondateur d'Abaque

Concernant le monde agricole, on parle même de survie ?

J. F. : Oui, les réformes environnementales et la séparation des activités de vente et conseil s'enchaînent, or les coopératives ne sont pas vouées à gérer une telle versatilité. Beaucoup s'interrogent encore alors que pour aider les producteurs, il faut préparer dès maintenant ce qui ne sera plus comme avant : la relation-adhérent, le management et la communication.

Même urgence en ce qui concerne les entreprises de la santé ?

J. F. : Oui, même s'il s'agit d'entreprises mondiales aux stratégies R&D de long terme, elles ont aussi subi de forts impacts organisationnels, managériaux et psychosociaux. Les évolutions réglementaires ont mis nombre d'entreprises pharmaceutiques dans une impasse tactique qui ne dit pas son nom : marketing, promotion, médecins régionaux, ces métiers sont en profonde attente d'une redéfinition positive de la relation client, de leur rôle sociétal et de dynamiques collaboratives.

Et ABAQUE intervient sur quelles problématiques spécifiques ?

J. F. : En conseil, nous accompagnons les évolutions de marché et le scale-up, la gestion du changement, la relation-client et la mobilisation des équipes. En formation, nous axons sur l'empowerment commercial

et managérial avec des approches mixant leadership, négociation et design-thinking : nous ciblons les pertes de compétitivité, le leadership dans la relation client, la motivation des équipes.

Comment ABAQUE opère pour permettre ces évolutions stratégiques ?

J. F. : Notre plus-value majeure vient de notre capacité à nous imprégner totalement des enjeux, problématiques et attentes de nos clients. C'est décisif pour leur permettre de revenir à une logique de choix, de retrouver des leviers d'action et mobiliser fortement. Nous pouvons intervenir en audit, conseil, coaching et formation, depuis le projet stratégique jusqu'au déploiement opérationnel.

Votre signature : le sur-mesure ou rien ?

J. F. : Oui, c'est notre vocation depuis cinq ans. ABAQUE co-construit des solutions qui portent en elles-mêmes la vision stratégique, le sens des missions et les modes collaboratifs. Nos présentations diminuent au profit d'ateliers denses, sans compromis et productifs. Nous repoussons positivement ensemble les limites et c'est très stimulant pour tous.

Qu'en est-il de l'opérationnalité ?

J. F. : C'est un engagement réel qui nous évite de céder aux concepts et outils qui font du « buzz » : une entreprise est un écosystème

« Nous nous engageons sur des solutions opérationnelles partagées et efficaces in vivo, en temps réel. »

humain en devenir qui requiert d'abord compréhension et soin. Notre singularité est justement de dépasser la simple recommandation d'action ou d'outil : nous implémentons des solutions opérationnelles partagées, efficaces in vivo, pas in abstracto.

C'est aussi le sens de votre Coaching Helpdesk® ?

J. F. : Tout à fait. Nous prolongeons le service en accompagnant les équipes et managers dans leur pratique en temps réel, à la demande. C'est une offre innovante typique de notre savoir-faire qui mixe décryptage, aide à la décision, coaching personnel et efficacité tactique.

Vous vous engagez même sur les résultats !

J. F. : Effectivement, nous indexons une part de nos revenus sur les résultats sur tout un panel de prestations. C'est un engagement fort et notre marque de fabrique.



Tél. +33 (0)1 60 16 51 06
contact@abaque-sas.com
www.abaque-sas.com