

ACCOMPAGNEMENT DES PROJETS STRATÉGIQUES

Exemple d'une démarche stratégique pour un groupe financier

LE CONTEXTE ET LES ATTENTES

La mise sous tension commerciale du groupe

- Un impératif de développement pour les métiers concurrentiels comme pour les métiers d'intérêt général :
 - nécessité de la conquête de nouveaux clients, en France et en Europe ;
 - meilleure exploitation du capital client en organisant une cohérence dans la relation commerciale et en suscitant des synergies ;
- Une concurrence accrue exploitant la connaissance de ses clients.

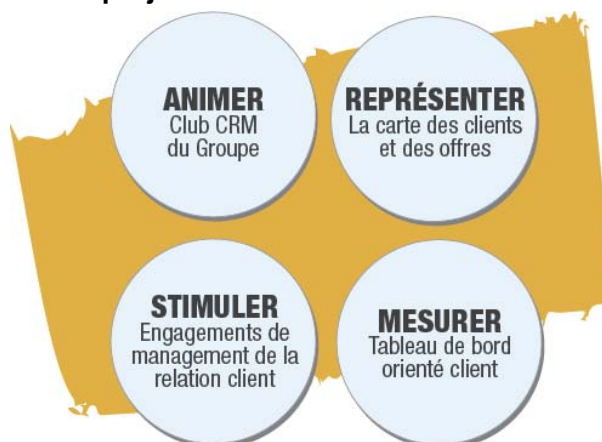
Le respect du principe de subsidiarité

- Le Groupe est diversifié avec des stratégies clients différenciées :
 - Pas de base CRM globale ni d'offre globale ;
 - Pas de direction marketing Groupe ;
 - La stratégie client doit être définie dans chaque entité commerciale.

Initiatives Clients : des synergies commerciales, des échanges de bonnes pratiques et une vision client consolidée

NOS RÉPONSES

1. Les 4 axes directeurs du projet Initiatives Clients



2. Une organisation de type projet sous la responsabilité d'un membre du COMEX :

- Avec une équipe projet ;
- Et des correspondants dans chacun des pôles d'activité du Groupe ;

- Un accompagnement par une équipe de consultants SECOR :
 - Une double fonction pour les correspondants pôles :
 - Animer les Initiatives Clients dans leurs pôles,
 - Participer au pilotage des Initiatives Clients au niveau Groupe ;
 - Une interaction avec les sessions Client de l'Université du Groupe ;
 - Une montée en charge du temps consacré aux Initiatives Clients.

3. Un référentiel d'engagement client :



Un référentiel :

- 5 verbes d'action et 16 composantes,
- commun à l'ensemble du Groupe
- réalisé à l'Université et approuvé par le COMEX

Des engagements :

- structurés par le référentiel
- adaptés en fonction de la stratégie client de l'entité

Sur la base de l'état des lieux réalisé dans les deux derniers mois, extension de cette démarche à chacune des entités du Groupe.