

Trois leviers pour transformer efficacement votre PME

La transformation commerciale est un sujet brûlant, souvent abordé de manière erronée. Contrairement à une idée répandue, les succès observés démontrent qu'il n'est pas primordial de se focaliser d'abord sur les nouvelles technologies numériques. Découvrez les trois leviers essentiels pour réussir la transformation de votre PME.



Comment vous situez-vous par rapport à la transformation commerciale de votre entreprise ? Où en êtes-vous dans le processus de changement ? Dans quelle mesure estimez-vous que votre entreprise est capable de changer ? Mais attention aux auto-évaluations : De nombreux cadres surestiment énormément la capacité de changement.

Vérification rapide : analyse de votre transformation d'entreprise
Vérifiez à l'aide des trois niveaux où en est la transformation commerciale de votre entreprise :

Nouveaux domaines de croissance :
au cours des trois dernières années, quel a été votre succès dans le lancement de nouveaux produits et services sur le marché, la conquête de nouveaux marchés et le développement de nouveaux modèles commerciaux ? Quel est le pourcentage de votre chiffre d'affaires et de votre bénéfice généré par ces nouveaux domaines ?

Adaptation de l'activité principale :
comment avez-vous adapté efficacement votre activité principale traditionnelle aux nouvelles conditions de marché en mutation ? Avez-vous effectivement repositionné l'activité principale de votre entreprise dans l'esprit et le cœur de vos clients potentiels ?

Augmentation de la rentabilité :
Comment le bénéfice de votre entreprise a-t-il évolué ces trois dernières années ? Trouver un équilibre entre les opérations quotidiennes et le développement stratégique est complexe. Cependant, de nombreuses PME performantes réussissent à implémenter leur transformation commerciale de façon cohérente. Elles partagent trois points communs :

1. Elles ont besoin d'une mission qui a du sens et d'une vision inspirante.

Pourquoi votre entreprise existe-t-elle et quel est son objectif ? Quels sont vos plans pour les prochaines années ? Avez-vous clairement défini et inspiré avec vos réponses à ces questions fondamentales ? Seule une entreprise centrée sur une mission et une vision bien définies peut jeter les bases du succès entrepreneurial futur.

2. Vous avez besoin d'une culture d'entreprise plus développée.

Dans quelle mesure votre entreprise pratique-t-elle une culture d'entreprise

dans laquelle des éléments du passé sont délibérément laissés derrière soi ? Il faut avoir le courage de s'attaquer à la nouveauté et, pour que cela soit possible, de se séparer de ce que l'on aime.

3. Développez vos compétences clés afin d'exploiter de nouveaux champs de croissance.

Quelles sont les véritables compétences clés de votre entreprise : le savoir-faire, les capacités et les ressources qui, premièrement, apportent une valeur élevée aux clients et de véritables avantages concurrentiels et qui, deuxièmement, ne sont pas facilement imitables ? Comment les exploiter de manière systématique et cohérente dans de nouveaux domaines de croissance ?

Chaque jour, je mesure combien il est crucial, surtout pour les PME industrielles et les entreprises d'ingénierie, de s'ajuster aux réalités évolutives. Où en est votre transformation commerciale ? Quelles stratégies ont porté leurs fruits et lesquelles nécessitent encore des ajustements ? Quels défis restent à surmonter dans votre parcours de changement ? ■

Raphael Ledergerber

Raphael Ledergerber est diplômé en économie d'entreprise FH et possède plus de 20 ans d'expérience dans les domaines de la gestion, de la stratégie, de l'innovation, du changement, du marketing et des ventes. Entre autres, il a occupé un poste de direction chez Hilti où il a développé le service business. Aujourd'hui, il est le propriétaire de Ledergerber & Partner et membre externe du conseil d'administration de diverses PME et organisations. Il intervient comme partenaire d'entraînement, coach et consultant pour aider les entreprises dans le développement et la mise en œuvre de stratégies, ainsi que dans le coaching de direction. Ses clients incluent, entre autres, des entreprises industrielles MEM, des entreprises d'ingénierie et des bureaux d'architecture.



► www.ledergerber-partner.ch