



Groupe d'Echange de Pratiques

Lyon

« En route vers le partenariat »

Janvier 2017



Bienvenue !

Rappel des différentes séances

S1	Mardi 09/02/16	Constitution du groupe et choix du thème
S2	Mardi 12/04/16	Production : le partenariat
S3	Mardi 10/05/16	Le partenariat : quoi ? pourquoi ? Avec qui ?
S4	Mardi 14/06/16	Comment réussir à aller vers le partenariat ?
S5	Jeudi 19/01/17	Validation et clôture



Pierre-Olivier COLLIARD
pocolliard@pomangement.fr

PO Management
06 82 89 01 28

Alain GUILLEUX
alain.guilleux@free.fr

06 24 02 71 05

Didier LONGERAY
didier.longeray@adecco.com

Adecco IT Services
06 61 85 20 78

Rosalie MILLAN
millan.rosalie@gmail.com

06 07 51 56 99

Stéphanie POLETTE
Stephanie.polette@sdmis.fr

SDMIS
06 79 57 27 05

Nadine ROY
nadine.roy@arkema.com

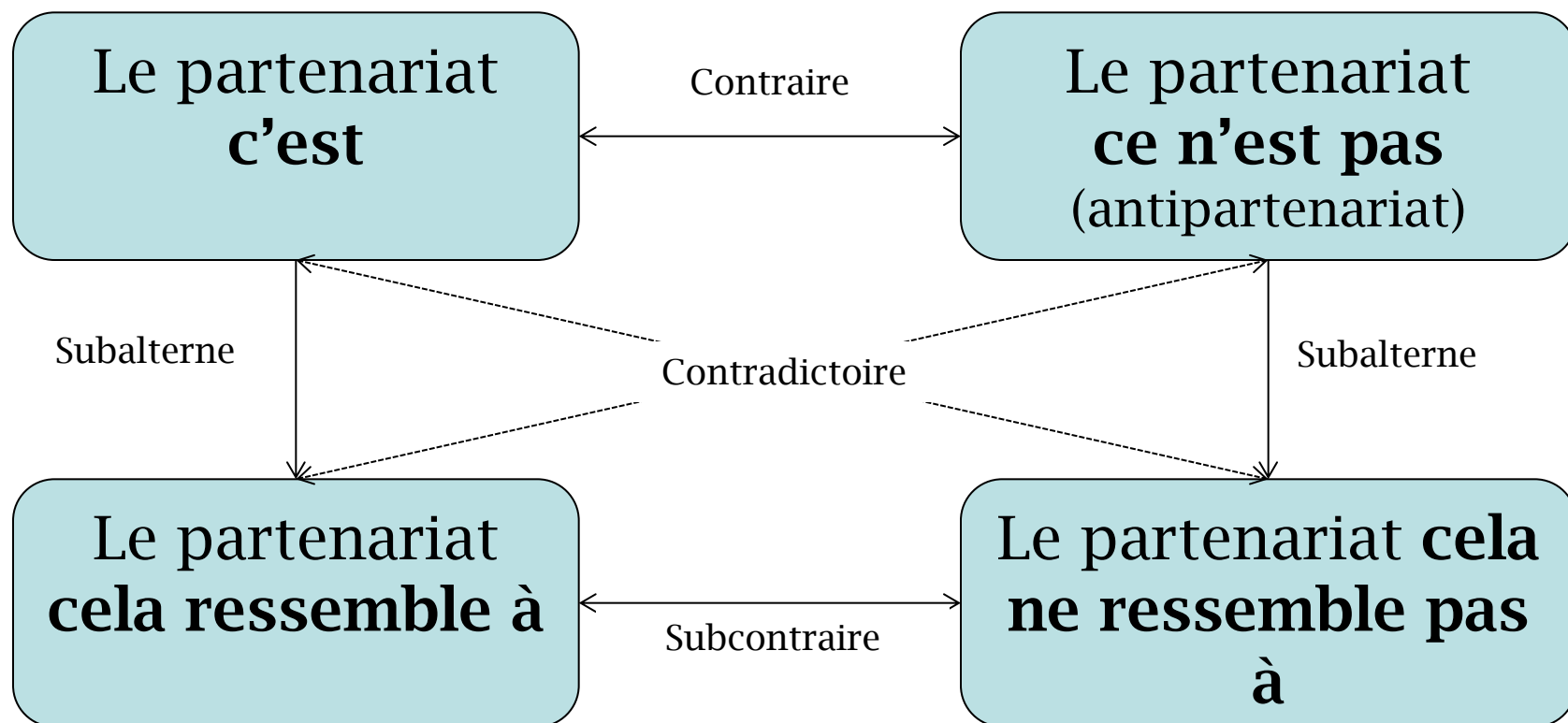
Arkéma
06 21 71 68 59

Gilles QUIBLIER
gquiblier@siderlog.fr

Siderlog
06 64 94 24 15



Approche du carré logique (ou carré sémiotique)





► Le partenariat c'est (Qualitatif)

Se connaître et s'apprécier

- ❑ La connaissance croisée du modèle de l'autre, son moteur et son carburant
- ❑ La présentation de l'analyse « bénéfiques/risques » de chacun
- ❑ Un comportement : une compatibilité culturelle à tous les étages, de l'entreprise (institutionnelle) aux individus; le partenaire c'est le même niveau de confiance qu'en interne
- ❑ Une information transparente même sur le climat social

Adopter un point de vue et aider le prestataire à réussir (comme des associés)

- ❑ La confiance dans l'au-delà du cadre contractuel (l'esprit); délégation, autonomie, transparence de reporting
- ❑ Du vécu intégré (pas du déclaratif souhaité)
- ❑ Appui à rendre la prestation attractive pour les intervenants du prestataire
- ❑ Un terrain commun co-construit (mécanisme prévu à la base), voire de co-investissement (Joint venture forme ultime)

Miser sur l'intérêt global LT et pas le spéculatif individuel CT

- ❑ L'inscription dans le projet d'entreprise des 2 partenaires par le partage et l'alignement durable des stratégies (au-delà même de l'IT)
- ❑ La stabilité des contacts et orientations stratégiques
- ❑ La délivrance fiable dans le temps du produit final plus que la performance instantanée



► Le partenariat ce n'est pas (anti-partenariat)

- Le piège de la dépendance subie



► Le partenariat cela ressemble à (Qualitatif & Quantitatif)

Développer une appréciation élargie 360°

- Passer d'une appréciation prestation (fournisseur) à une évaluation maturité de coproduction (partenaire)
- Apprécier le sens du service attendu/rendu au-delà des indicateurs contractuels

Cultiver la transparence réciproque

- Donner de la visibilité sur l'activité (prévisions chiffrées)
- La transparence dans le staffing
- Des contacts réguliers (même quand tout va bien)

Partager risques/bénéfices

- Partager des intérêts communs (au-delà de l'argent et d'un jeu à somme nulle) et accepter un peu d'interdépendance
- Savoir négocier (re-négocier) /faire des concessions avec une vue d'intérêt global (argent pas tabou)
- Partager la prise de risques de chacun (par rapport à : ses besoins, ses objectifs, ses paris...)



► Le partenariat cela ne ressemble pas à

- Mesurer la seule satisfaction des indicateurs contractuels
- Se limiter au stricte cadre contractuel (la lettre)
- Toujours prioriser le CT





<i>Angle de vue du partenariat</i>	<i>Favorable</i>	<i>Défavorable</i>
<i>Quelles nature/taille de prestation ?</i>	Innovant / Inhabituel Avec marges de manœuvre Mature / Maitrisé	Banalisée
<i>Avec quels fournisseurs / quels engagements ?</i>	Du vécu ensemble De la maturité de partenariat, des achats (évaluation fournisseur) aux opérationnels	Forte dissymétrie de taille si pas compensée par une expertise rare
<i>Quelle expression au cours du cycle de vie de la prestation ?</i>	Acceptation de l'échec, du risque consommé, du pas bon du premier coup	
<i>Quelle contractualisation et quelle gouvernance ?</i>	Dégager et exprimer la vision Contrat souple incitant à la VA	
<i>Quelle organisation et quelles compétences ?</i>	Expérience/vécu/ pratique conduite du changement Savoir être / Savoir faire / Savoir laisser faire / savoir lâcher prise	
<i>Quelle rémunération et quels inducteurs ?</i>	Pratique de rémunération de la due diligence	Demande du toujours plus même inutile



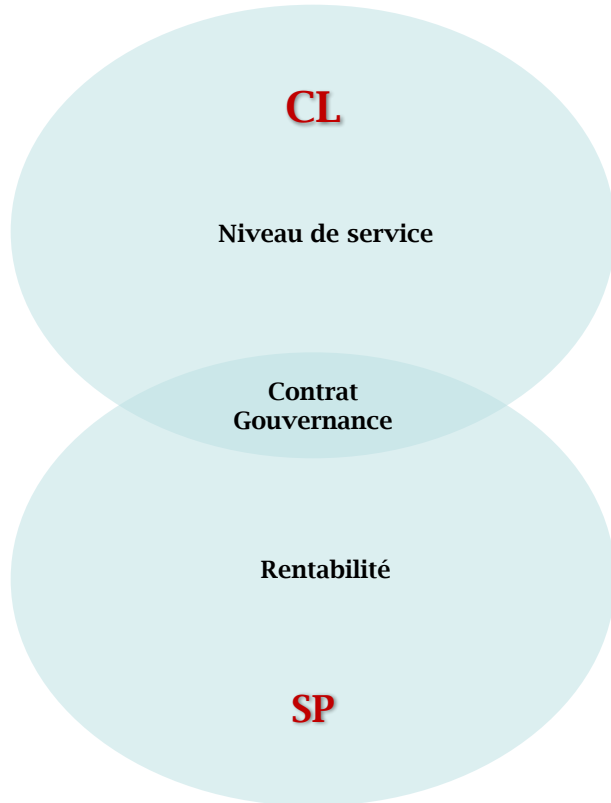
	CL	SP
<i>Partenariat d'innovation</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Une avance concurrentielle (Early Adopter) - Une personnalisation et implémentation quasi « gratuites » - Un appui marketing vis-à-vis des métiers 	<ul style="list-style-type: none"> - Développement de son offre - Image de référence de son client (Opinion Leader) - Aide pour son club utilisateur
<i>Partenariat de performance</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Un atout face aux évolutions fortes et rapides (voire une part d'inconnu) - Une sécurisation du risque de crise - Un moteur (et aiguillon) pour bouger et se challenger (ex : prise en compte du service utilisateur) - Un apport de conseils externes étayés 	<ul style="list-style-type: none"> - Une opportunité d'augmentation / transformation de périmètre et scope - Une fidélisation du client



CL	Démarche	SP
val07	<p>S'ancrer sur un cadrage stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aligner les résultats du sourcing avec la performance de l'organisation cliente et les objectifs métier 	
knw05 rel06 rel07	<p>Développer les relations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Encourager le partage de connaissances entre les parties prenantes pour capitaliser, améliorer la performance et renforcer les relations - Construire au-delà du contractuel, des relations de confiance et de collaboration pour faciliter la réussite du prestataire dans sa mission de service client - Favoriser des relations incitatives à la co construction et aux opportunités de création de valeur 	knw01 (tfr06)
val02 val03	<p>Atteindre l'excellence opérationnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etablir une base de référence d'aptitude statistiquement significative - Benchmarker les processus sourcés et les performances atteintes - Prévenir les problèmes potentiels - Déployer des programmes permettant d'atteindre les objectifs à tous les niveaux de l'organisation - Identifier et introduire des technologies appropriées 	prf08 prf09 prf10 prf07 tch06
val05 val06	<p>Développer la valeur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir et mettre en œuvre des programmes pour encourager (et soutenir managérialement) et déployer des innovations - Evaluer l'aptitude au sourcing de l'organisation et sa contribution à la valeur et impacts métier - Rechercher proactivement les opportunités d'amélioration et d'apport de valeur 	ppl01 prf11 rel08

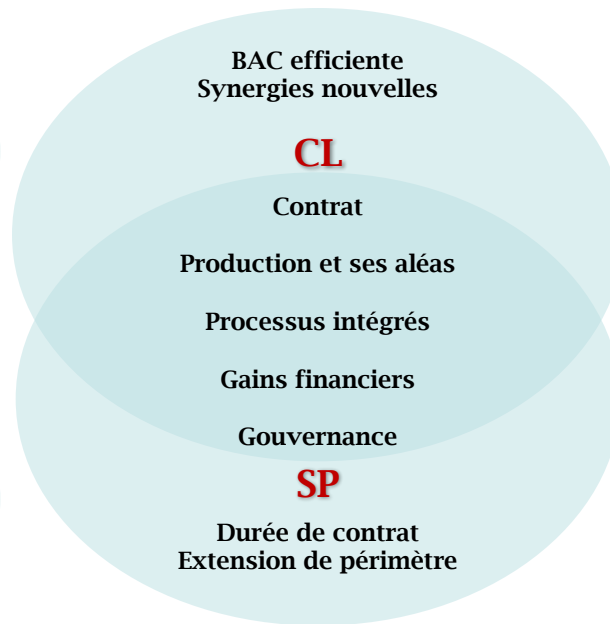


Prestation classique



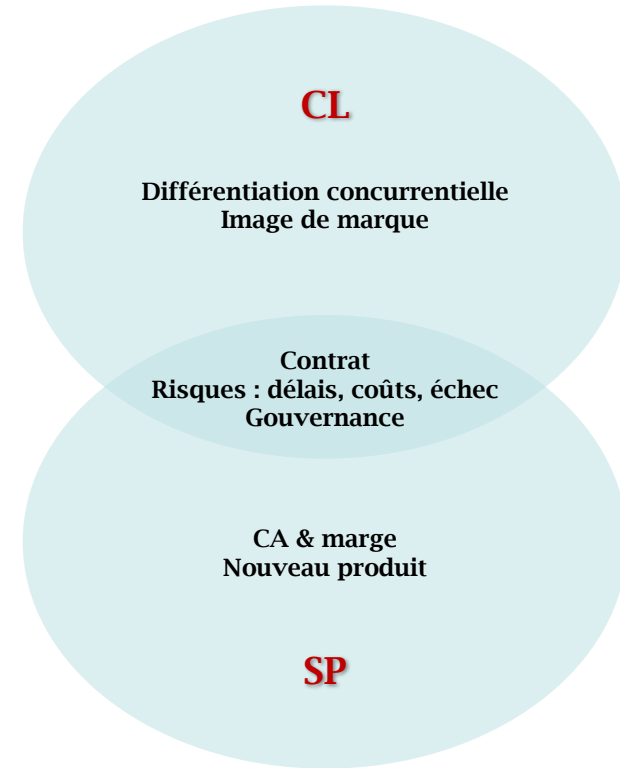
Client / Fournisseur

Partenariat de performance



Co production

Partenariat d'innovation



Co construction

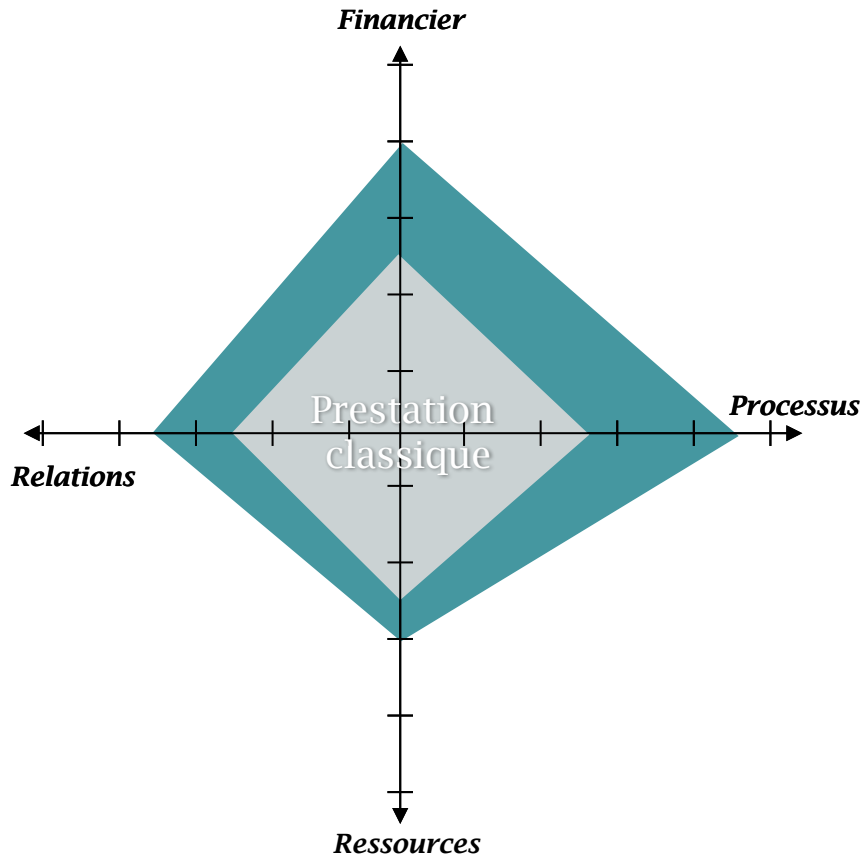


	Prestation classique	Partenariat de performance	Partenariat d'innovation
Client	Sous performance	Coût excessif Dépendance fournisseur	Inadéquation aux évolutions de besoin
Prestataire	Non rentabilité	Poids trop important du client Perte de polyvalence des compétences	Pas de ROI si non transposable Perte de crédibilité en cas d'abandon

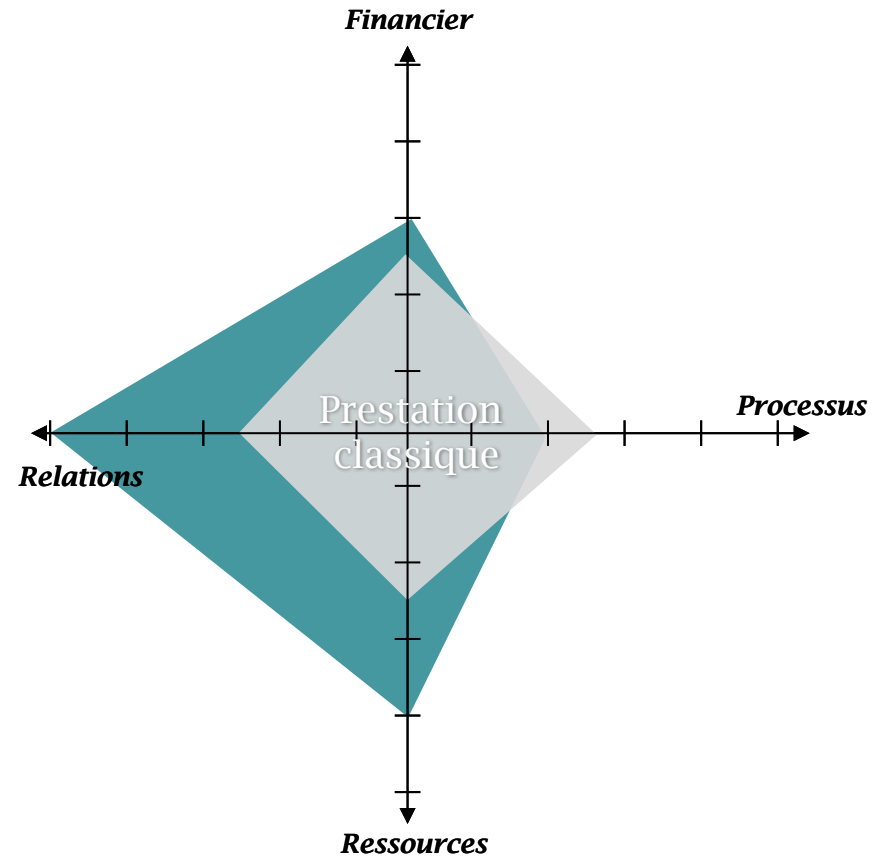
Une gestion des risques personnalisées



Partenariat de performance



Partenariat d'innovation



Une gouvernance alignée sur la nature de la cible



Merci pour votre participation