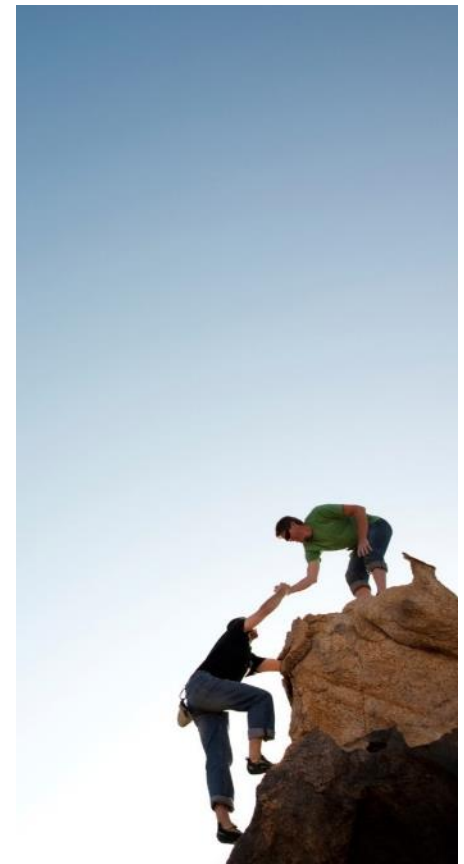


Retour GEP fournisseurs

**AeSCM – Conférence
annuelle sourcing
numérique 2016**

Aïda Mdidech

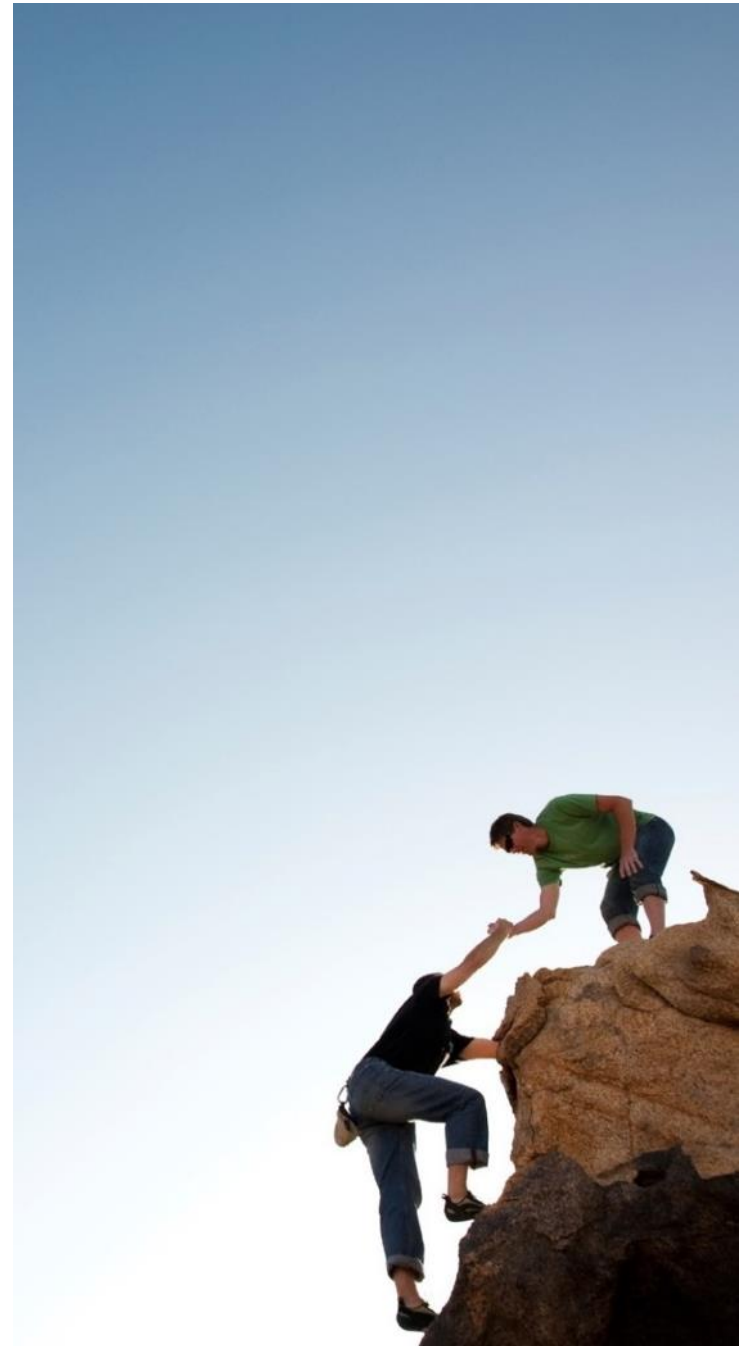
Olivier Sztabowicz



T
TiMSPiRiT
IT CONSULTING WITH LOVE

Table des matières

1. Pourquoi un GEP fournisseurs?
2. Animation, participants et déroulé
3. Lessons learnt



Pourquoi un GEP fournisseurs ?

Des rencontres rares et pourtant essentielles

Envie ressentie lors des nombreuses rencontres entre Timspirit et les acteurs services numériques

- Présentation d'offre
- Soutenances
- *Post Mortem*

Plusieurs constats : des lectures différentes, une compréhension partielle des enjeux, un vision parcellaire des circuits de décision, un aveuglement relatif quant aux critères de choix...



**Nécessité d'échanger au sujet
de la relation de ces fournisseurs avec leurs clients**

Un croyance forte en la valeur de la relation



**Un client au cœur
au cœur des
préoccupations**



Un important capital immatériel existe entre un fournisseur IS et son client



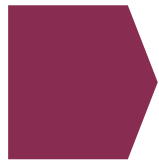
Les fournisseurs croisés accordent de la valeur à la relation entretenue avec leurs clients...



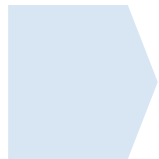
... Mais n'en parlent jamais!

Le GEP fournisseurs : une opportunité de contribuer au marché Français

Le GEP fournisseurs couvre des objectifs multiples, pour les fournisseurs, leurs clients et le marché de services informatiques en France :



Proposer un nouveau lieu de rencontres et d'échanges entre fournisseurs



Développer une vision « relation client »



Décaler le débat vers l'humain



Définir des pratiques liées à la compréhension de son client



Permettre aux fournisseurs de gagner en confiance

L'animation d'un groupe de concurrents...

Le groupe d'échange de bonnes pratiques fournisseurs



Une rencontre

- Régulière, tous les deux mois
- Entre représentants commerciaux de fournisseurs IS majeurs en France



Une collaboration

- Création d'un environnement spécifique
- Développement d'une relation de confiance
- Réflexion autour de bonnes pratiques



Une méthode nouvelle

- Inspirée des groupes de co-développement
- Qui peut aussi aider fournisseurs et clients

Une méthodologie basée sur les groupes de co-développement professionnel

Le GEP fournisseurs a pour ambition de créer un lieu de rencontres sur-mesure, géré et animé par les participants eux-mêmes :

Rôles et règles

Déroulé Type

Conditions de succès

Animation et gestion




La participation, clé de la collaboration

- Des rencontres en petit comité
- Des membres qui participent de manière récurrente
- Des participants aux profils similaires
- Un « petit monde » où chacun se connaît
- Des enjeux communs et des avantages pour tous
- Des problématiques rencontrées dans la relation client identiques

→ Etablissement d'un climat de confiance et d'une dynamique de « coopération »

 Sophie Bertier
Cognizant

 Françoise Besson
Atos

 Jean-François Cadudal
British Telecom

 Sylvie Depardon
SCC

 Armelle Reffait
T-Systems

 Alix Ait Said
Groupe Open

 Alexandre Thuillier
Computacenter

Ce qu'on en retient

GEP n°1 – Lire entre les lignes d'un appel d'offres

Top 8 des points d'attention pour bien décrypter un appel d'offres

1	Connaître l'historique du client, de ses relations avec vous (fournisseur) et ses autres fournisseurs
2	Considérer la problématique du client, la situation et les tendances sur son marché
3	Sociogramme : Avoir une vision des relations sociales au sein de l'entreprise cliente
4	Connaître la chaîne de valeur du client
5	Etre conscient de l'image que l'on a auprès du client
6	Considérer la culture d'entreprise du client
7	Prendre en compte les peurs et les doutes du client
8	Percevoir le risque du changement pour le client

GEP n°2 – Faire vivre une relation, faire du temps un allié

Top 8 des raisons pour lesquelles une relation client tourne court

1	Fortes contraintes réglementaire, économique et financière
2	Sommations du client non entendues
3	Désintéressement du fournisseur pour son client et désalignement des enjeux
4	Contrat qui n'est pas suffisamment rentable du côté du fournisseur
5	Manque de changement de gouvernance
6	Massification, demande de délocalisation de services à l'étranger
7	Réorganisation côté client
8	Changement de prestataire dans un soucis de recherche de plus de rapidité

Les déterminants d'une relation client-fournisseur « de rêve »

La confiance

- Une relation « de rêve » se manifeste **dès l'avant vente**
- Elle correspond à une **relation de confiance** dans laquelle dès la signature, **fournisseurs et clients se connaissent**.
- La **transparence** des deux parties est essentielle:
 - Partage des lettres d'objectifs
 - Dirigeant transparent qui partage ses enjeux avec les équipes de delivery

L'équilibre

- Une relation « de rêve » **se doit d'être équilibrée** : il n'y a ni gagnant, ni perdant.
- Le client doit être capable de **motiver** et de **féliciter** les équipes de Delivery (et de ne pas intervenir que dans des cas négatifs)
- La **collaboration** est une composante essentielle
- Client et fournisseur ont des **intérêts communs**.

Comment identifier un appel d'offres de transformation?



Paradoxe de la demande

La problématique posée par le client est peu claire voire



Contexte de rupture

Le client demande expressément un rôle de conseil de la part de son prestataire

La notion de rupture est clairement spécifiée dans le contexte de l'appel d'offres



Origine de la demande

La nature du demandeur laisse sous-entendre la criticité du projet, par exemple :

→ Le rôle de la personne à l'origine de la demande donne des indications sur la nature de l'appel d'offres

Les caractéristiques d'un projet de transformation

Un projet de transformation se réalise souvent dans la « douleur »;

1. Le coût de la transformation :

Le coût d'un projet de transformation est de nature double :



- Coût de la transformation
- Coût du projet

2. L'effort au changement :

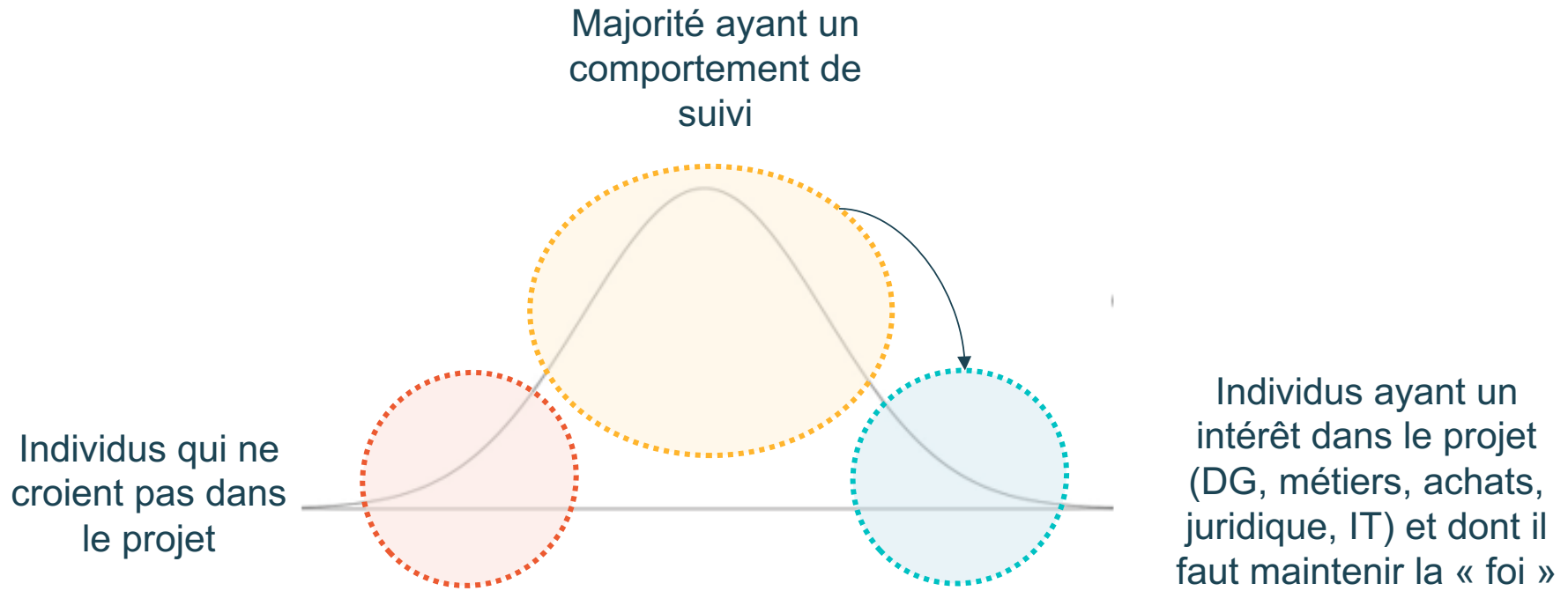
Le client sous estime le coût de l'accompagnement au changement (difficile à budgétiser)



Points d'attention pour réussir un projet de transformation

- 1** Répondre à la demande de toutes les parties prenantes
Se concentrer sur la proposition de valeur
- 2** S'assurer que le projet de transformation s'inscrit dans un agenda propice
Vérifier qu'il concorde avec les priorités et objectifs de l'entreprise
- 3** Vérifier l'envie de changer et l'intérêt des parties prenantes dans la transformation.
Il est nécessaire de limiter certains effets (perte d'influence, surexposition, sortie d'une zone de confort, perte de compréhension...)
- 4** Croyance : bénéfices perçus trop lointains voire irréels
Garantir la diffusion et le maintien de la « foi » du client

Focus : Importance de la croyance



Le prestataire doit fixer un « pourquoi » qui dépasse les attentes du client. Il est nécessaire de montrer que le projet « marche » et de célébrer le succès.

Le prochain... 7 décembre 2016

Où l'on parlera de l'art ancien de la négociation appliqué au monde d'aujourd'hui



Merci de votre attention



www.timspirit.fr

Cabinet de conseil opérationnel, Timspirit aide les directions informatiques & les acteurs du numérique dans leurs transformations. Nous travaillons avec eux pour faire de leurs ambitions des succès business, techniques et humains.

Nous accompagnons nos clients sur 5 spécialités complémentaires : gestion des services IT, optimisation du sourcing, DevOps, Cloud et Communication de la DSI.

Dans tous ces domaines, nous intervenons en stratégie, transformation, support opérationnel et formation.

Et nous le faisons avec amour !

Péniche Nouvelle Vague
2 quai Aulagnier
92600 Asnières sur Seine

 Timspirit  @timspiritfr  Timspirit