



La méthode IPS

La meilleure approche pour atteindre vos
objectifs de croissance

La méthode IPS – La meilleure approche pour atteindre vos objectifs de croissance

1 Panne de croissance, la première des difficultés

Tous les investisseurs cherchent à financer des entreprises avec un fort potentiel de croissance. Ce dernier dépend de trois éléments clés : la potentiel de différenciation de l'offre, l'attractivité du marché et la capacité de l'entreprise à mettre en œuvre sa stratégie.

Malheureusement, beaucoup de startups ne répondent pas aux attentes de croissance de leurs investisseurs. Plusieurs pivots sont parfois nécessaires pour ajuster leur offre et leur stratégie aux attentes du marché, mais dans bien des cas cela ne suffit pas.

Aujourd'hui, il est admis que les difficultés rencontrées par les startups sont liées à un déploiement approximatif de leur stratégie au sein de l'entreprise.

Le temps disponible pour installer une startup dans son environnement économique est très court, ses ressources sont limitées, focaliser l'entreprise sur les actions qui ont une influence directe sur son potentiel de croissance est une priorité.

2 Notre approche, proposer une démarche rationnelle

Nous proposons une approche résolument nouvelle qui aide les managers à maîtriser le déploiement de leur stratégie au sein de l'entreprise.

Elle est basée sur l'identification des Indicateurs de Pilotage Stratégique (IPS) de l'entreprise, la création de sa Chaîne de Valeur Croisée (CVC) et la construction de sa matrice IPS.

Cette approche permet de définir les actions prioritaires de l'entreprise qui ont un impact direct sur sa croissance en prenant en compte ses ressources disponibles, elle permet aussi de valoriser le travail de l'entreprise auprès des acteurs du marché.

Enfin, elle permet de cibler les activités de l'entreprise qui présentent un intérêt réel pour ses clients, ses utilisateurs et ses partenaires commerciaux, elle renforce la confiance des acteurs du marché envers l'entreprise.

3 Les Indicateurs de Pilotage Stratégique (IPS), gérer le temps

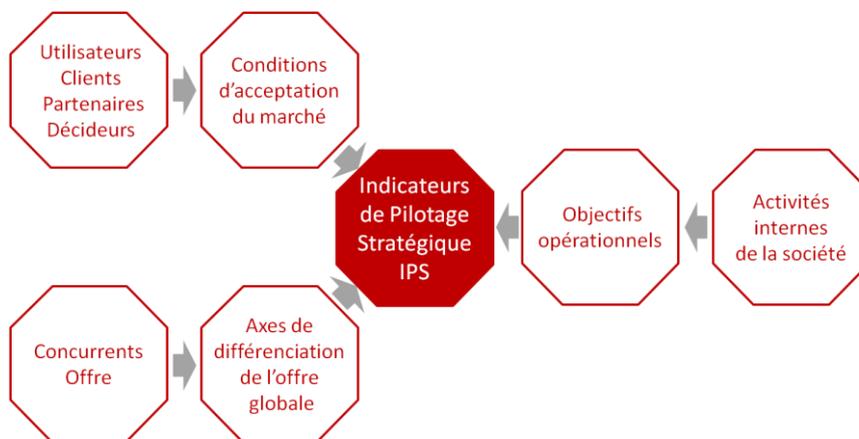
La réussite d'une startup passe par la création d'un environnement économique non-concurrentiel. Cet environnement ouvre une fenêtre d'opportunité que l'entreprise doit mettre à profit pour croître rapidement et atteindre une position de leadership.

L'objectif de la startup est de devenir un acteur incontournable du marché en s'appuyant sur un nombre important de clients et/ou d'utilisateurs qui lui font confiance. Créer la confiance est une des clés de sa réussite.

Pour profiter pleinement de cette fenêtre d'opportunité, qui est plus ou moins longue en fonction de la capacité de réaction de la concurrence, la société doit être en ordre de marche et se focaliser sur ses actions prioritaires.

Comme nous l'avons déjà évoqué, les indicateurs IPS ont pour objectifs de focaliser l'entreprise sur les actions qui ont un impact direct sur sa croissance. L'entreprise doit marcher sur ses deux jambes, l'innovation doit s'accompagner d'une maîtrise des coûts opérationnels qui permet de soutenir la compétitivité de l'offre à court et moyen termes. La construction des indicateurs IPS se fait autour de trois thèmes :

- la définition des conditions d'acceptation de l'offre par le marché en prenant en compte l'ensemble des intervenants impliqués dans le processus commercial de l'entreprise,
- la détermination des axes de différenciation de l'offre globale en mettant l'accent sur l'innovation,
- l'identification des objectifs opérationnels de l'entreprise qui permettent une maîtrise des coûts associés à la création de valeur et à la mise en œuvre de sa stratégie.



Cet exercice n'a pas pour but de remettre en cause le positionnement de l'entreprise dans son environnement économique, nous considérons que cette étape a été traitée préalablement.

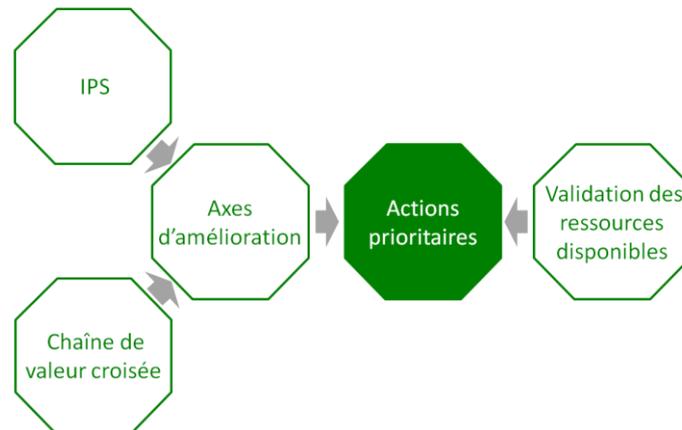
L'objectif est exclusivement de valider la pertinence des indicateurs IPS sélectionnés par l'entreprise. Nous cherchons à nous concentrer sur les indicateurs qui décrivent le mieux l'entreprise dans son environnement économique.

4 Les actions prioritaires de l'entreprise, se focaliser sur l'essentiel

Notre objectif est de définir le plan d'actions de la société avec pour unique objectif de concentrer les ressources de l'entreprise sur les actions qui favoriseront sa croissance et renforceront son efficacité opérationnelle. La détermination des actions prioritaires de l'entreprise se fait par étapes successives :

- la création de la Chaîne de Valeur Croisée de l'entreprise qui consiste à décomposer l'ensemble de ses activités sur les différentes étapes de la chaîne de valeur du marché. Ce premier niveau d'analyse permet une cartographie de toutes les activités de la société sans exception,
- la construction de la matrice IPS, elle a pour but de répartir les activités de l'entreprise en fonction de leurs impacts simultanés sur les conditions d'acceptation de l'offre par le marché et les objectifs opérationnels de l'entreprise,

- la définition des actions prioritaires en prenant en considération la répartition des activités sur la matrice IPS, leur effet sur la différenciation de l'offre et la disponibilité des ressources de la société.



La mise en application des actions prioritaires au sein de l'entreprise doit s'accompagner d'une remise en perspective des argumentaires commerciaux de la société.

Les indicateurs IPS permettent un pilotage opérationnel de l'entreprise qui va au-delà de ce qui se fait habituellement, c'est-à-dire d'un suivi économique-financier de l'entreprise.

5 Il n'y a pas de temps à perdre

Les indicateurs IPS proposent un pilotage des activités de l'entreprise qui répond pleinement aux problématiques d'une startup, besoin de croissance, fenêtre d'opportunité réduite et ressources limitées.

C'est une approche adaptée à tous les secteurs d'activité et tous les business modèles. Elle définit un outil de reporting efficace qui permet de suivre la mise en œuvre opérationnelle du plan d'actions de la société et la perception de l'entreprise auprès des acteurs du marché.

La prise en compte simultanée des conditions d'acceptation de l'offre par le marché et des objectifs opérationnels de l'entreprise permet de traiter les deux principaux modèles d'innovation, l'innovation par la technologique et l'innovation par la création d'un nouvel environnement économique.

La mise en place des indicateurs IPS permet de résoudre un des principaux problèmes qui limitent le potentiel de croissance d'une entreprise, le déploiement de sa stratégie en interne. L'entreprise peut pleinement valoriser son potentiel de différenciation.

La mise en œuvre de la méthode IPS permet deux avancées majeures : une augmentation rapide des ventes de l'entreprise grâce à un meilleur ciblage de ses argumentaires commerciaux et une réduction de ses coûts opérationnels par la rationalisation de son plan d'actions.