

LE CAS CLIENT

DIRECTION DE PROJETS ACCOMPAGNER LE VIRAGE DIGITAL POUR EN FAIRE UN VRAI LEVIER DE DEVELOPPEMENT

Devenir la marque de référence de végétaux extérieurs sur Internet, telle est l'ambition de cette entreprise. Pour réussir la transformation et la digitalisation de son business model, alors principalement basé sur la vente à distance par catalogue, elle s'est appuyée sur l'expertise et les méthodes de Valtus.

CONTEXTE

- > PME familiale, leader de la VAD de végétaux extérieurs
- > Placement en procédure de sauvegarde 2 ans auparavant
- > Difficulté à s'imposer sur le Web : les ventes sur Internet passent de 5 à 22 % du CA en 10 ans
- > Les difficultés techniques conjuguées au manque de compétences numériques en interne sont des freins au développement du digital

ENJEUX DE LA MISSION

Encore fragile, l'entreprise doit rapidement accélérer son développement afin de rembourser ses créanciers. Au terme de son diagnostic, l'équipe de managers de transition Valtus met en œuvre un plan d'action visant à :

- > booster les ventes sur Internet
- > adapter l'organisation de l'entreprise au virage digital amorcé
- > assainir la situation financière

SOLUTIONS MISES EN ŒUVRE

3 managers de transition Valtus (un chef de projet Internet, un webmarketeur et un expert en restructuring) s'attellent à :

- > repenser l'offre de l'entreprise, son ciblage (rajeunissement de la clientèle) et sa culture client
- > remettre à plat l'offre Internet, dynamiser le site Web et adapter les méthodes d'e-marketing, grâce à un benchmark des bonnes pratiques de la concurrence et des leaders du Web
- > contrecarrer la forte saisonnalité de l'activité en lissant les ventes sur l'année
- > insuffler une vision et une approche ROIste aux équipes
- > coacher et accompagner les salariés dans l'acquisition des nouvelles méthodes
- > accompagner le nouveau virage stratégique, notamment le déclin de l'activité VAD, et le changement culturel
- > retrouver de la flexibilité financière (ventes d'actifs immobiliers, refinancement...)
- > négocier et mettre en œuvre un échéancier de créances

RESULTATS ET BENEFICES CLIENTS

Au terme de cette mission de 6 mois, les indicateurs de performance sont au vert :

- > la contribution du Web au CA est passée de 22 % à 35 %
- > la rentabilité s'est améliorée
- > le nouveau site Web orienté client, optimisé et à la pointe du webmarketing, attire et fidélise une clientèle toujours plus nombreuse et plus jeune
- > l'équipe dirigeante en ressort revigorée et les collaborateurs ont pris le virage Internet avec professionnalisme et motivation
- > la stratégie financière mise en œuvre a pleinement porté ses fruits