



D2G

D I G I T 2 G R O W T H

Accélérateur de Valeur®

Retour d'expérience

De Capex à Opex,
L'arbre qui cache la forêt des changements

Pascale Ripoll

Le contexte

L'offre



CAPEX + forfait

Les usages et les tendances



Economie de fonctionnalité : OPEX

- Expérience client B2C
- Communication B2B
- Facturation (F&A)
- Circuits documentaires complexes (juridique, santé, ressources humaines,...)



La stratégie : les racines



Proposition de valeur :

Etre le partenaire de choix pour contribuer positivement au chiffre d'affaires de votre entreprise en rendant votre communication efficace grâce à la transformation digitale de vos processus

Les Usages dictent les investissements



Usages :

- Segmentation des secteurs verticaux
- Panel de clients "Voice of customers"
- Compréhension des usages des clients des clients !

Investissements :

- Choix et mise en œuvre d'une "colonne vertébrale" informatique permettant de délivrer le service
- Recrutement et formation des nouveaux profils nécessaires

Un business model en cohérence avec les besoins



De l'acquisition à l'utilisation

CAPEX :

- Acquisition de matériel
- Dépenses d'investissement de capital
- Utilisation stable et prévisible
- Fonctionnement du matériel

OPEX :

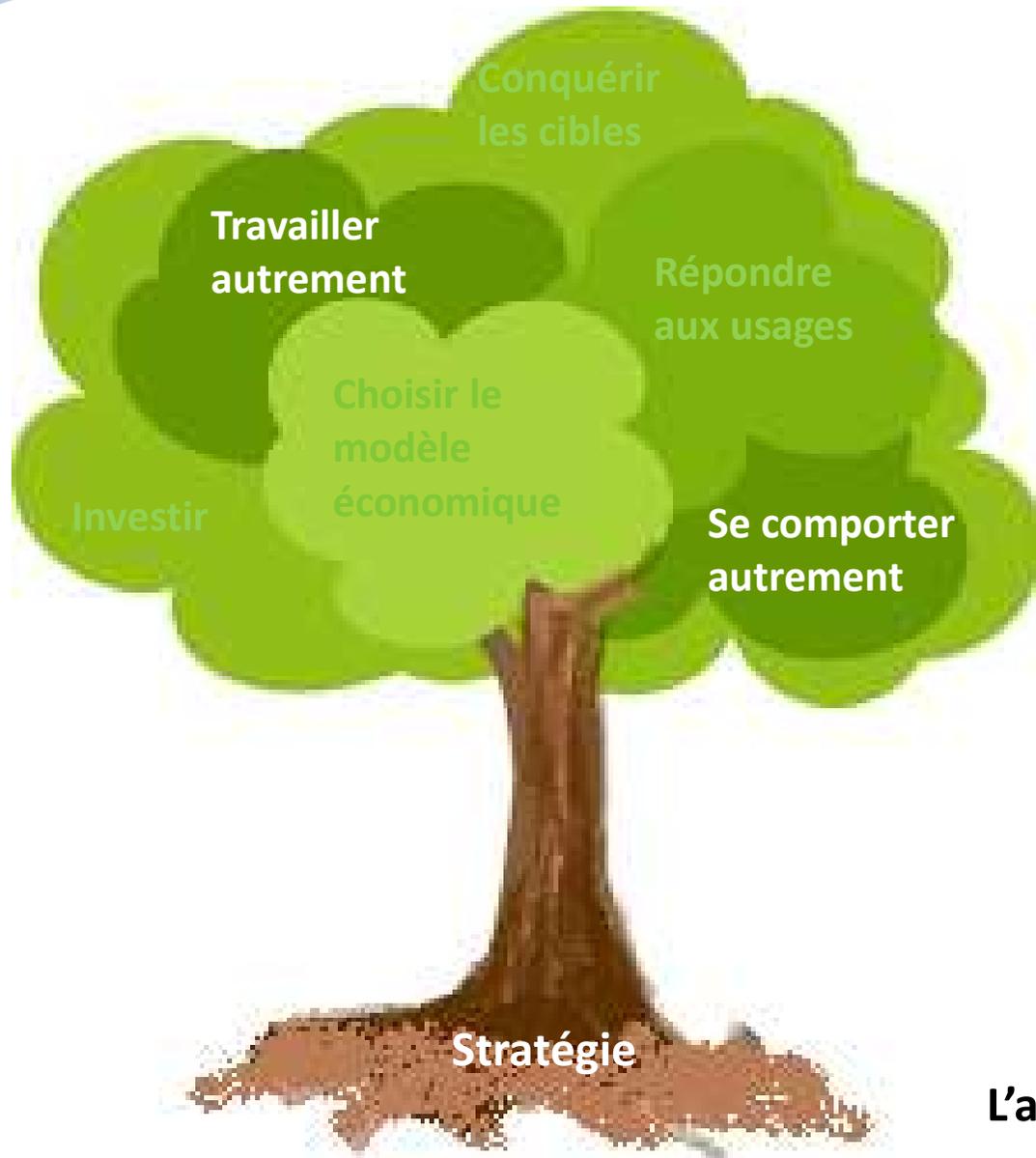
- Prestation de service
- Dépenses d'exploitation
- Choix d'un critère volumétrique de base
- Flexibilité
- Niveau d'engagement de services
- Sécuriser le contrat

Adapter le Go-to-Market



- **Priorisation** des segments les plus porteurs
- **Marketing** différencié
 - Adaptation de la proposition de valeur et des outils d'aide à la vente à chaque segment
 - Définir les "Persona" des nouveaux interlocuteurs client
- Des **cycles de vente** plus complexes et plus longs
 - Adaptation du CRM pour intégrer des nouvelles étapes
 - Modification des critères de performance et de rémunération variable pour les commerciaux
 - Indicateurs de performance différenciés pour cette activité

L'humain au cœur du changement



Processus de travail

- Avant-vente intégrant plusieurs départements internes : technique, opérations, juridique, finance,...
- Après-vente : l'opportunité de construire une réelle relation client

Compétences commerciales

- Passer du discours "caractéristique produit" à "bénéfice client"
- "Niveau d'engagement de service" et non plus "fonctionnement produit"
- Capacité à parler le langage des nouveaux interlocuteurs

Comportements

- Curiosité intellectuelle
- Travail collaboratif en mode projet

L'accompagnement au changement est essentiel

Une démarche continue



Une **démarche**, car l'adaptation aux usages doit être permanente

Des sous-projets en parallèle, interdépendants

Les modèles économiques, au même titre que les technologies, font partie des **moyens** au service de la **stratégie**