

STRATEGIE

INNOVATION

BENCHMARKING

Produits et Services

Conseil

Solutions

- Conseil
- Stratégie
- Innovation
- Modèles Stratégiques
- Outils d'Audit
- Solutions
- Benchmarking
- Mutualisation
- Coaching Formation
- Séminaires

www.mbadevt.com - + 33 (0) 6 80 58 71 99

"La croissance est un métier, avec sa culture, sa philosophie, ses méthodes et ses outils."



Marc BARABAN,
PDG fondateur
48 ans,
École Supérieure de Commerce de Paris
1982. Plus de 20 ans d'expérience du marketing et de la stratégie au sein d'entreprises multinationales. Consultant auprès de Pme et grands groupes internationaux.

« L'anticipation est certainement l'arme absolue des entreprises qui réussissent. Comment anticiper dans un contexte de pression quotidienne et d'équipes réduites ? Une solution : s'adjoindre les services d'un cadre dirigeant confirmé qui animera vos collaborateurs et dynamisera votre planning stratégique. »

Lettre d'Actualité numéro 15 : Avril - Mai 2008

EDITO : 2009 se prépare dès aujourd'hui

Anticiper, planifier, s'extraire de la pression du quotidien, certainement la clé du succès des groupes et des équipes qui réussissent à générer de la croissance dans des environnements difficiles.

Anticiper, planifier une nécessité certes, mais un luxe pour beaucoup, tant la tendance a été au cours des dernières années à la mise en place d'organisations allégées rendues nécessaires par de moindres perspectives de croissance, l'exacerbation de la concurrence, bref la nécessité de préserver avant tout sa compétitivité.

L'expérience nous a montré que **l'on peut être soi-même un excellent dirigeant sans pour autant** bénéficier soit de la formation, soit de l'expérience ni certainement du temps pour **initier, organiser et mettre en œuvre un processus réussi de planification stratégique**.

Être capable, à partir d'une compréhension de l'entreprise, son métier, ses marchés, sa catégorie, **d'amener ses dirigeants et principaux collaborateurs à identifier et mettre en œuvre les projets de croissance les plus adaptés**, plus qu'une attitude, un talent, il s'agit d'un métier et **ce métier c'est le nôtre** depuis maintenant plus de 7 ans.

MBA DEVELOPPEMENT, en choisissant dès son lancement le claim « **Créateur de Croissance** », s'est fixé ce challenge et propose à ses clients des solutions sur-mesure conçues à partir d'outils et de méthodologies pragmatiques de nature à les amener à **s'extraire du quotidien, planifier, anticiper**.

C'est la seule façon de placer votre entreprise sur le cercle vertueux de la croissance.

Marc BARABAN

Avril 2008 : MBA DEVELOPPEMENT, un nouveau départ

2001 - 2005 : Cinq années au cours desquelles nous avons mené plus de 40 missions auprès de Pme et de grands groupes. Créer de nouvelles stratégies de croissance, générer de nouvelles idées d'innovation sources de croissance ont été notre quotidien.

2006 - 2007 : Une mission exclusive au sein d'un grand groupe français, leader mondial de sa spécialité, somme de Pme autonomes.

Avril 2008 : Enrichi de cette nouvelle expérience au sein d'une entreprise active en B2B comme en B2C, Marc BARABAN reprend son activité de conseil en mettant l'emphase sur l'accompagnement de Directions Générales.

2009

se prépare dès aujourd'hui !



Plus d'informations, visitez notre site : www.mbadevt.com

contactez-nous Tel : +33 (0) 6 80 58 71 99

OUVERTURE...

« 2009 rupture ou continuité, quel équilibre pour maximiser notre croissance de façon pérenne ? »

www.mbadevt.com - + 33 (0) 6 80 58 71 99

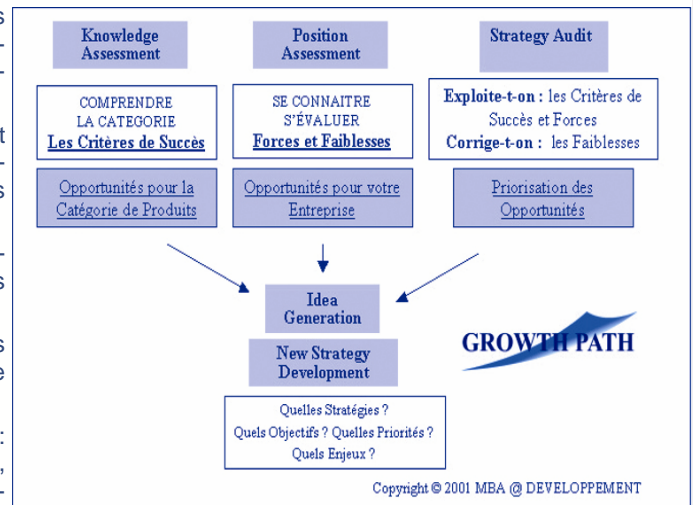
Conseil

- **Growth Path : identifier les stratégies de croissance**
- **Open Mind : générer des idées de croissance et d'innovation**
- **Nouveaux Modèles Stratégiques**
- **(Re)définir ses Catégories**
- **Outils d'Audit**

> 2009 : Remettre à plat votre stratégie ?

Avec Growth Path, MBA @ DEVELOPPEMENT a mis au point une démarche exhaustive et pragmatique en 5 étapes permettant de générer de véritables stratégies de croissance :

1. **Knowledge Assessment** : quels sont les critères de succès et les perspectives de croissance de votre catégorie ?
2. **Position Assessment** : quelles sont vos positions, quelles sont les perspectives de votre entreprise, celles de vos marques ?
3. **Strategy Audit** : vos stratégies exploitent-elles les enseignements des deux phases précédentes ?
4. **Idea Generation** : quelles idées pour transformer la situation actuelle en succès ?
5. **New Strategy Development** : quelles stratégies complémentaires, quels plans correcteurs, quelles nouvelles stratégies ?



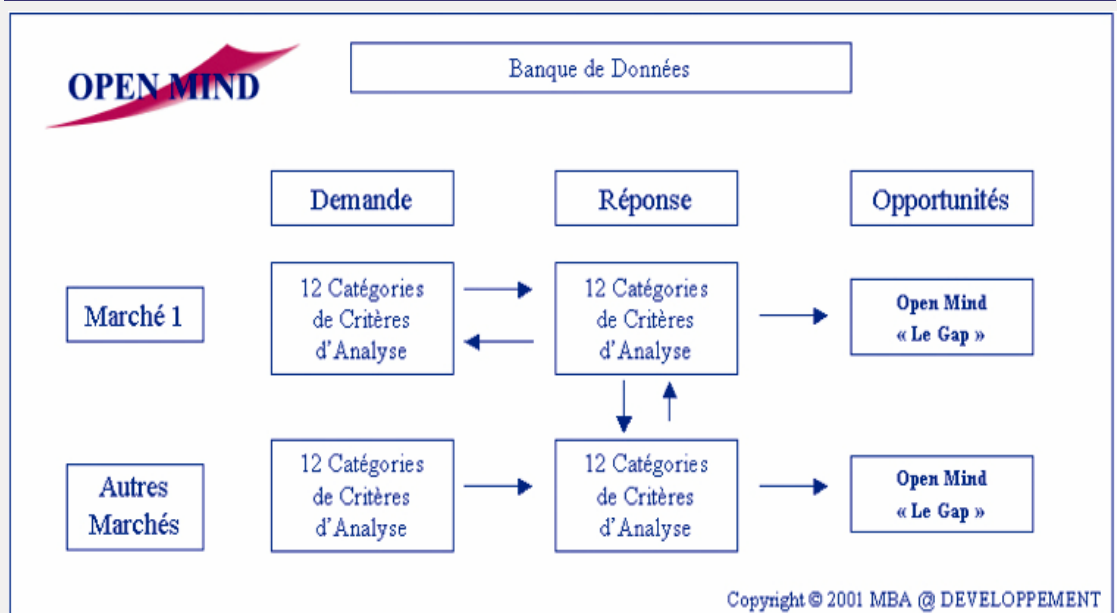
6. **Mise en Oeuvre** : mise en oeuvre en trois à quatre mois, implication de Comités de Direction comme de Groupes Projets.

plus d'infos sur nos outils d'analyse stratégique : www.mbadevt.com, rubrique > Conseil > Stratégie

> 2009 : identifier les meilleures idées de croissance ?

Growth Path, Open Mind, des méthodologies déjà mises en œuvre :

- > au sein de Grands Groupes comme de Pme,
- > avec des Comités de Direction, des Responsables de la Stratégie, des équipes Marketing ou Category Management,
- > en France ou en Europe,
- > sur différents marchés agroalimentaires, et des services,
- > en BtoC comme en BtoB



plus d'infos : www.mbadevt.com, rubrique > Conseil > Innovation

« Vous aider à identifier et mettre en place de nouvelles sources de croissance à l'aide d'outils et de méthodes pragmatiques et appropriables par vos équipes »

> 2009 : et si vous optiez pour la mutualisation ?

La mutualisation est un outil stratégique susceptible de s'appliquer à tous les aspects de votre business, y compris à vos marques, organisations commerciales, investissements marketing. **Un outil déjà utilisé par un grand nombre d'entreprises, dont d'importantes multinationales.**

Pourquoi ? Parce que, avant de penser à votre marque ou à l'un de vos produits, les consommateurs gèrent leur « liste de besoins » de laquelle découle directement leur liste de course ...

Parce que, nombre de marques n'ont plus les moyens aujourd'hui de communiquer efficacement ...

Parce que l'époque est aux marques présentes sur plusieurs marchés ou rayons ...

Parce que les lois et circulaires Dutreil ont provoqué un bouleversement des politiques de prix et d'assortiment des enseignes nécessitant une parfaite couverture terrain ...

Parce que, à plusieurs on est plus fort à condition d'être complémentaires ...

Quelques idées pour concrétiser ce concept de mutualisation : (toutes appliquées ou à l'étude avec différents clients ou prospects)

Pourquoi ne pas mettre en commun ses forces de vente ?

Pourquoi ne pas réfléchir avec d'autres industriels sur l'exploitation de ses marques sur d'autres marchés ?

Pourquoi ne pas mettre en place une structure mutualisée d'exportation ou d'implantation dans un pays ?

Pourquoi ne pas chercher à répondre, à plusieurs, à des insights consommateurs tels que « comment se nourrir mieux ? », « que vais-je bien pouvoir préparer ce soir, la semaine prochaine ? »

> en préparation des solutions mutualisées concernant le marché du vin et différents marchés de produits alimentaires

Solutions

- ▶ **Benchmarking : se comparer, analyser, s'inspirer**
- ▶ **Solutions de Mutualisation : partager et valoriser**
- ▶ **Coaching Formation : créer les modules de formation et d'accompagnement adaptés à vos collaborateurs et à votre entreprise**
- ▶ **Séminaires : animer votre Comité de Direction pour faire progresser votre stratégie**

plus d'infos sur nos outils : www.mbadevt.com, rubrique > Solutions > Mutualisation

Le succès de 2009 se prépare dès aujourd'hui

OPEN MIND débute, pour le marché concerné, par l'analyse rigoureuse et systématique de la **demande existante ou latente des différentes cibles du marché.**

- Plus de 100 critères d'analyse, regroupés en 12 catégories,
- Pour chaque cible et chaque critère, une « **Intensité de Demande** » et une « **Intensité de Réponse** » sont évaluées,
- Les écarts entre « Intensité de Réponse » et « Intensité de Demande » sont ensuite calculés pour obtenir les « **Gaps** » et « **Potentiels** » qui indiquent, cible par cible, les **critères sur lesquels existe le maximum de potentiel,**
- A partir de ces potentiels, deux façons de procéder pour **systématiser la recherche d'idées de croissance :**
 - > imaginer toutes les idées qui permettent de combler chacun des « Gaps » mis en lumière,
 - > identifier tous les marchés dont la demande suit ces mêmes critères, analyser la façon dont ils y répondent et par **OSMOSE**, chercher à appliquer ces solutions au marché étudié.

L'Outil **Open Mind** permet ainsi d'orienter au mieux la créativité de vos équipes Marketing et R&D ainsi que de vos agences de Design ou de Publicité.

Stratégie

Innovation

Croissance

Benchmarking

nutritionnel

Coaching

Problem

Solving



OUVERTURE...

www.mbadevt.com - + 33 (0) 6 80 58 71 99

Solutions

- **Benchmarking : se comparer, analyser, s'inspirer**
- **Solutions de Mutualisation : partager et valoriser**
- **Coaching Formation : créer les modules de formation et d'accompagnement adaptés à vos collaborateurs et à votre entreprise**
- **Séminaires : animer votre Comité de Direction pour faire progresser votre stratégie**

> 2009 : un séminaire Comité de Direction pour faire progresser votre stratégie

Après interview de chacun des membres du Comité de Direction et, si nécessaire, rencontre des dirigeants ou actionnaires, nous vous proposons d'animer votre Comité de Direction selon le Schéma suivant :

Kick-Off : synthèse des problématiques, présentation de la méthodologie Growth Path, lancement du **Knowledge Assessment**

Mois + 1 : Synthèse du **Knowledge Assessment**, lancement du **Positioning Assessment**

Mois + 2 : Synthèse du **Positioning Assessment**, lancement du **Strategy Audit**

Mois + 3 : Synthèse du **Strategy Audit**

Mois + 4 : **Idea Generation**

Mois + 5 : **New Strategy Development**, plans opérationnels

Mois + 6 : Conclusions et décisions

plus d'infos, contactez Marc Baraban
marc.baraban@mbadevt.com

La Charte MBA DEVELOPPEMENT

Notre éthique et notre professionnalisme nous conduisent à vous proposer par contrat les clauses de confidentialité et d'exclusivité adaptées à vos besoins.

> 2009 : un plan de coaching et de formation pour faire progresser vos équipes

En relation avec votre DRH ainsi qu'avec les Directions Opérationnelles concernées, nous vous proposons des modules ad hoc adaptés aux progrès à atteindre par vos collaborateurs en distinguant :

> **progrès personnels** (vision, compréhension des enjeux propres à l'entreprise, technique, comportement),

> **amélioration des organisations**

> **amélioration des process** et interactions entre directions et services.

L'expérience nous a montré combien le succès d'une entreprise repose sur la capacité à faire fonctionner ensemble des individus différents et par nature « imparfaits ».

Le secret de celles qui réussissent repose plus sur leur capacité à mettre en marche de façon optimale ces individus, que sur l'excellence de chacun d'entre eux.

Par analogie avec les compétitions sportives nationales et internationales, nous n'aurons pas de mal à vous convaincre que la cohésion d'une équipe « moyenne » tendue vers un objectif clair, partagé et sachant fonctionner ensemble, vaut mieux que le recrutement d'une collection de stars !

Donnez les moyens à vos équipes de réussir ensemble.

plus d'infos, contactez Marc Baraban
marc.baraban@mbadevt.com

Modalités de collaboration : conscient de vos besoin de flexibilité, nous adaptons nos modalités d'intervention aux contraintes de votre organisation et à la nature de la mission. Quelques exemples :

- **forfait mission** : forfaitisation après accord sur le contenu et le planning de la mission
- **facturation à la journée** : accord sur un budget, justification du temps passé
- **Direction par Intérim** : en tant que consultant ou salarié CDD

Parce que 2009 se prépare dès aujourd'hui

Contactez :

Marc BARABAN

06 80 58 71 99

marc.baraban@mbadevt.com

www.mbadevt.com

