

# diagnostic 360° exemple



# diagnostic 360°

<p><b>clients</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ bien placé dans l'automobile</li> <li>✗ dépendance à l'automobile thermique</li> </ul>	<p><b>partenaires</b></p> <p>? la capacité de co-conception n'apparait pas, existe-t-elle ?</p>	<p><b>visibilité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ site et mail non sécurisés</li> <li>✗ très difficile à trouver si on ne connaît pas l'entreprise</li> </ul>
<p><b>hommes &amp; femmes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ forte compétence cumulée</li> <li>! des personnes cherchent ouvertement à quitter l'entreprise</li> </ul>	<p><b>savoir-faire &amp; équipements</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ parc machine impressionnant</li> <li>! aptitude à travailler avec d'autres secteurs non apparente</li> </ul>	<p><b>finances</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ✗ investissements massifs et récurrents</li> </ul>

<p><b>opportunités</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ rechercher des clients hors automobile, leur proposer de la co-conception</li> <li>❖ rendre la compétence cumulée visible</li> </ul>	<p><b>pistes d'action</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➔ prospecter des entreprises avec marges importantes (construction électrique, médical, aéronautique, OEMs...)</li> <li>➔ travailler la visibilité en montrant les savoir-faire et les technologies de fabrication, donner l'idée à des personnes qui ne les connaissent pas d'employer les technologies de l'entreprise</li> <li>➔ mettre en place / renforcer la co-conception et le faire savoir</li> </ul>
<p><b>menaces</b></p> <p>!!! décroissance annoncée de l'automobile thermique</p>	

# forte compétence trop exposée à l'automobile

## compléments de diagnostic

- ▶ Au vu des données publiées publiquement, il n'est pas possible de savoir si XXX est réellement actif dans la recherche de clients hors automobile.
- ▶ Si c'est le cas, la diversification de XXX doit être beaucoup plus visible et mise en valeur.
- ▶ Dans le cas contraire, un plan d'actions de diversification est urgent, y compris pour rester actif dans le secteur automobile.
- ▶ Beaucoup de personnes affichent publiquement leur souhait de quitter l'entreprise. Ce point est une alerte méritant une analyse approfondie.

## méthodologie originale

Ce diagnostic sur l'entreprise XXX a été établi par innotelos en juillet 2020.

Sa diffusion est strictement confidentielle.

innotelos a développé une méthodologie originale de diagnostic « sans contact » reposant sur son expérience du B2B et de l'industrie ainsi que sur des données publiquement accessibles.

Nous récoltons d'abord les traces semées par l'entreprise : communications et documentations, recherches Google, marques et brevets, comptes et données financières, statuts et documents légaux, presse, avis de clients, d'employés, d'internautes, etc.

Puis nous analysons ces informations en les comparant, à la lumière de notre expérience, à celles d'autres entreprises.

La situation présente de l'entreprise est synthétisées en 6 thèmes :

- ▶ clients
- ▶ hommes et femmes
- ▶ partenaires
- ▶ savoir-faire et équipements
- ▶ visibilité
- ▶ finances

Nous mettons ensuite en lumière les perspectives :

- ▶ opportunités
- ▶ menaces
- ▶ des pistes d'action

**Ce diagnostic est une première approche qui peut être approfondie et détaillée sur demande par innotelos en le confrontant à des données internes à l'entreprise.**

# principales sources consultées

source		date
...	...	juillet 2020
...	...	juillet 2020
...	...	juillet 2020
...	...	juillet 2020
...	...	juillet 2020
...	...	juillet 2020
...	...	juillet 2020

Ce diagnostic réalisé par innotelos SAS à partir de données publiques et gratuites est confidentiel.

Il est conforme aux Conditions Générales de Service de innotelos ([innotelos.com/cgs](https://www.innotelos.com/cgs)) notamment article 8 (responsabilité)

# 70 ans d'expérience à votre service

## notre expérience

- ▶ stratégie et marketing
- ▶ management de projets complexes
- ▶ innovation, développement de produits nouveaux
- ▶ industrialisation
- ▶ industrie électrique

## nos prestations

- ▶ accompagnement sur mesure
- ▶ formations
- ▶ jeux serious games
- ▶ présentiel ou à distance
- ▶ français ou anglais

## nos spécialités

- ▶ agilité
- ▶ optimisation de la valeur, réduction de coûts
- ▶ relocalisation industrielle
- ▶ ventes complexes, Go To Market
- ▶ open innovation



# 2 passionnés d'agilité et d'innovation

## Anne Munchenbach

Ingénieure, Anne Munchenbach a une expérience variée et internationale dans l'industrie électrique :  
direction d'usine, direction de business unit, stratégie, gestion de marques, marketing, performance industrielle...

Anne a créé une entreprise de services à l'industrie.

Elle a participé au lancement de 2 startups deeptech.

## Didier Lebouc

Docteur-ingénieur en génie électrique, Didier Lebouc a développé, industrialisé et commercialisé de nombreux produits et logiciels innovants.

Didier est l'auteur du livre « développer un produit innovant avec les méthodes agiles » (Éditions Eyrolles).

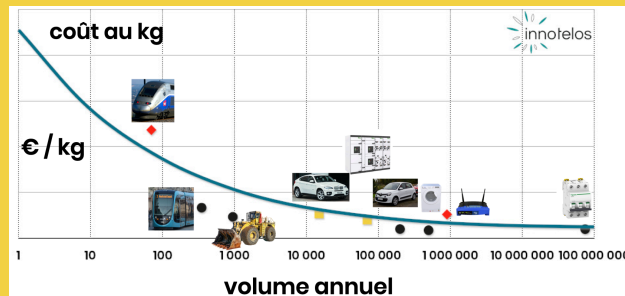
Il intervient à l'Université Grenoble Alpes depuis près de 20 ans.



# outils et méthodes

## benchmark de coût produit

- ▶ déterminer le potentiel de réduction de coût



## canevas de relocalisation

- ▶ diagnostiquer les vulnérabilités
- ▶ prioriser les actions

canevas de relocalisation		
<b>connaître flux physiques</b> achats directs & indirects productions ventes et marges part de produits personnalisés part de produits spécifiques	<b>connaître achats</b> spécifique standard mono-source multi-sources	<b>connaître coûts</b> €/kg paires des coûts potentiel de réduction coûts de personnalisation
	<b>connaître productions</b> manuelles - automatiques taux d'utilisation opérations longues personnalisations	<b>connaître capitaux engagés</b> en-cours, stocks et investissements en mois de CA
<b> rapprocher achats - productions - ventes</b>	<b>chasser les en-cours</b> diminuer les "temps de traversée"	<b>retarder la différenciation la rapprocher des ventes</b> différenciation "Lego" différenciation soft
<b>favoriser les ventes de produits catalogués</b> plutôt que personnalisés ou spécifiques	<b>ajuster les stocks</b> volume localisation	<b>définir et employer un standard de conception et de production</b>
<b>dé-banaliser les produits</b> cataloguer les best-sellers	<b>mono-source → multi-sources spécifique → standard</b>	<b>pas de relocalisation sans chasse aux surcoûts</b> mutualisation

document diffusé selon licence Creative Commons CC BY-SA 4.0 (Attribution - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International) voir <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/fr/>

innotelos.fr/relocalisation

## Go To Market Canvas

### modèle vitavalue

- ▶ modéliser et représenter les chaînes de valeur et les ventes complexes
- ▶ définir les priorités stratégiques, commerciales et marketing

Go To Market Canvas			
pouvoir de dire oui ✓	pouvoir de prescrire ✓	pouvoir d'influence + 😊	sans-pouvoir 😞
pouvoir de dire non ✗	pouvoir de dé-prescrire ✗	pouvoir d'influence - 😞	
adresser les incontournables 🎯	complaire aux négatifs 🚫	rechercher partenaires & intermédiaires ↔	
prescrire et influencer + 📄😊	multiplier les canaux 📡		
déverrouiller 🚫✗	être aimable avec sans-pouvoir 😞		

document diffusé selon licence Creative Commons CC BY-SA 4.0 (Attribution - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International) voir <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/fr/>

innotelos | vitamines pour l'innovation



**Anne Munchenbach**

06 08 28 95 48

+33 608 289 548

anne@innotelos.com



[innotelos.com/diagnostic](https://innotelos.com/diagnostic)



**Didier Lebouc**

06 60 56 82 60

+33 660 568 260

didier@innotelos.com

**innotelos** – 16 rue Boucher de Perthes, 38000 Grenoble – France