VU & RECONNU

l'art d'être

Lettre editée par l'agence de communication Artatem

Image d'entreprise, **faire la différence**

Lettre N°3 - septembre / octobre 2005

Point de vu

Le succès de l'entreprise ne dépend plus aujourd'hui uniquement de son savoir-faire, de la qualité de ses produits, de ses hommes ou de l'excellence de sa gestion. La concurrence accrue, la crise et les évolutions technologiques, notamment dans les domaines de la communication, bousculent les règles habituelles de la production et de la diffusion de l'information.

En effet, force est de constater que la majorité des produits et services actuels sont arrivés à maturité depuis quelques années. Ainsi rares sont les entreprises réellement novatrices et plus nombreuses sont celles qui proposent des évolutions de produits ou de services. Les niches se sont réduites, les secteurs porteurs sont inondés de prestataires et la concurrence est rude.
Notre agence constate également que la qualité de la documentation c'est globalement améliorée, notamment sur les supports électroniques. Le média Internet est mieux utilisé par les entreprises et se généralise. Ce support a aussi son revers : en s'ouvrant sur le monde votre culture et votre approche sont en proie à l'espionnage et à la contrefaçon. Les bonnes recettes sont réutilisées et les phénomènes de mode surgissent. Ainsi il est de plus en plus difficile de conserver sa différence et son avance.

Dans ce contexte de stress, encadré par une optimisation nécessaire des coûts, il nous paraît primordial que les entreprises intègrent la communication dans leur stratégie globale de développement. Cette approche permet la valorisation des fondamentaux propres à l'entreprise tout en tenant compte de la disponibilité de ses ressources. Outre les gains de performance, cette stratégie de différentiation est une incontestable opportunité de faire adhérer ses collaborateurs, ses fournisseurs et ses clients à une véritable perspective de leader.

Conçue comme un outil de partage, cette lettre vous présente notre vision d'expert dont objectif est de vous apporter matière à réflexion et à enrichissement.

Je vous souhaite une bonne lecture.

Erick Chanat
Associé

La différence c'est Quoi ?

Une image décalée ? Une prise de risque ? Une rupture avec les conventions ?
Pas nécessairement. La différence, c'est avant tout une image qui est vue et reconnue. Cette image, au sens large du terme, est le fruit d'une réflexion stratégique aboutissant aux préceptes suivants :

- **Une image qui vous ressemble**
  Bien se connaître et appréhender son environnement sont les bases de la réussite. Parce que chaque entreprise possède un vécu qu'il ne faut pas occulter, un présent qui donne le contexte et un avenir en forme d'objectif, votre image doit traduire cette dynamique de progression
- **Une image claire et identifiable**
  L'image est l'ambassadrice de vos promesses et qualités. Les valoriser, c'est identifier les symboles les plus représentatifs en tenant compte du support et de la cible.
- **Une image pérenne**
  L'entreprise est représentée par ses valeurs fondamentales. Celles-ci sont présentes sur tous les supports de façon invariable. C'est sur ce socle fédérateur, qui s'adresse à tous, que vont reposer les images ciblées.
- **Une image variable**
  L'entreprise et ses produits évoluent, votre image aussi. Le socle de l'image, aussi pérenne soit-il, doit permettre l'évolution d'éléments représentatifs du dynamisme de l'entreprise.
- **Une image ciblée**
  Tout interlocuteur est unique. Il est le centre de vos préoccupations et votre image doit s'adapter à ses particularités, à ses attentes, à son langage et ses coutumes… afin que vos messages créent la relation de confiance nécessaire à toutes ventes.

Des enjeux multiples

Des enjeux internes …
… ou tous les organes de l'entreprise sont concernés :

- La Direction Générale insuffle de façon claire les vecteurs et objectifs de l'entreprise à tous les niveaux de sa hiérarchie.
- La fonction commerciale possède alors une position et des arguments.
- La fonction RH s'appuie sur l'image pour fédérer et motiver.
- Le Pôle Qualité est soutenu dans sa démarche par une représentation continue de sa vertu.

Des enjeux externes …
… favorisant le développement de l'activité :

- Le client s'approprie facilement la solution à son besoin et perçoit vos engagements sur le long terme.
- Le prospect identifie et reconnaît votre présence par la cohérence de votre image.
- Le fournisseur dont votre image les engage à vous considérer comme des partenaires de leur réussite
- La concurrence est maîtrisée. En imposant une image forte, vous augmentez votre différence et réduisez le nombre de contretypes possibles.

Des bénéfices parfois inattendus : cas d'entreprise

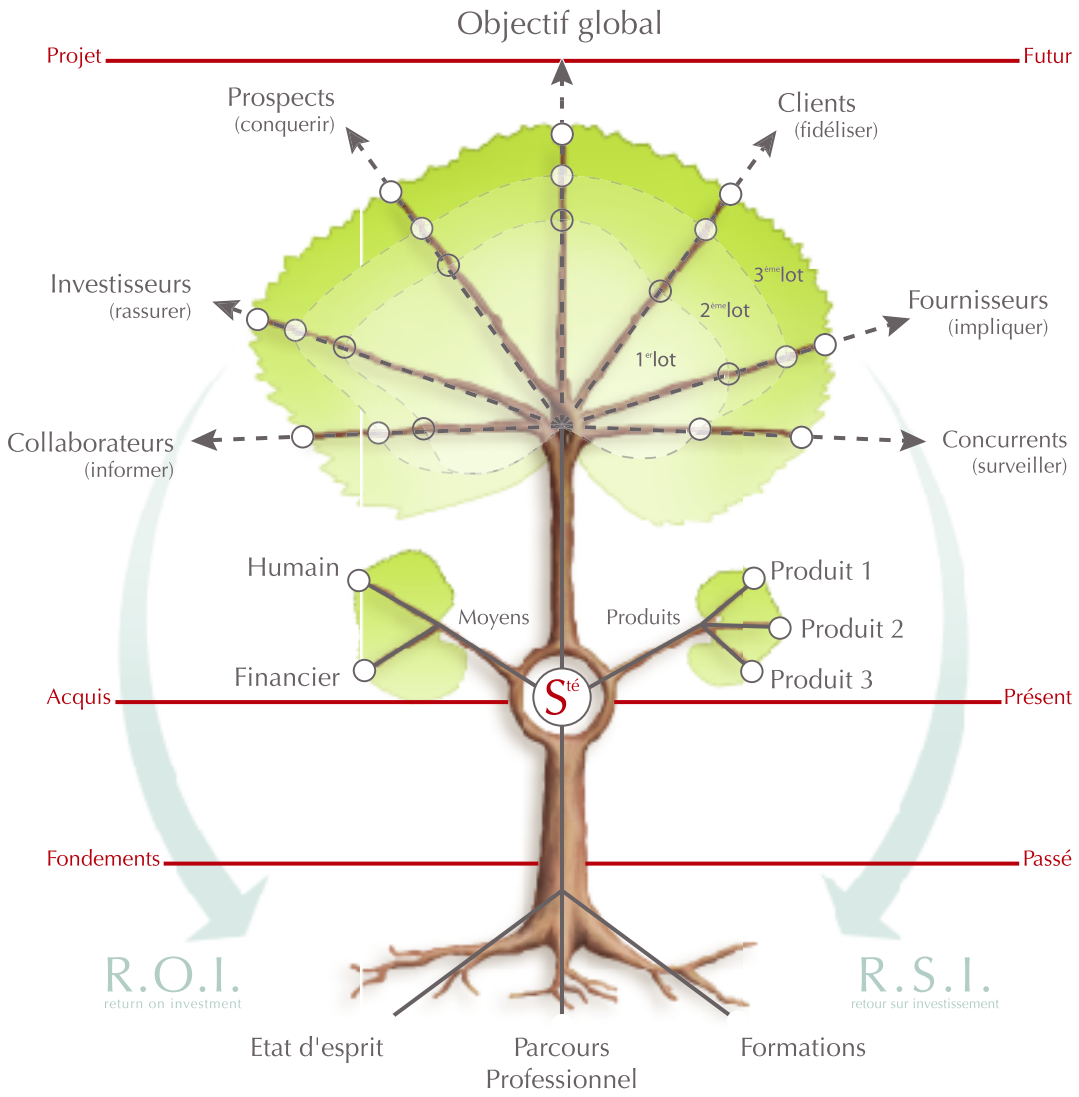
Intervenant régulièrement pour une SSII, nous avons été missionné pour refondre leur lettre d'entreprise. D'un contenu riche en information, celle-ci souffrait malgré tout d'un faible taux de reconnaissance. Le marquage de la différence, par la mise en page et l'intégration graphique des valeurs de l'entreprise, sont allés au-delà de nos espérances. En effet, dès la parution du numéro suivant, ce sont les clients destinataires de la lettre qui ont fait l'éloge de l'image de la SSII auprès des consultants en mission chez eux.

Ce double effet a ainsi permis à l'entreprise de satisfaire ses clients et de motiver ses collaborateurs.

La stratégie au service de la différence

Avant de travailler sur la forme, il faut définir strictement le fond. Valeurs, cibles, objectifs, moyens, ressources et chronologie des actions sont les informations nécessaires à l'élaboration de la stratégie de différentiation par l'image.

Le schéma ci-dessous met en scène la méthode de cette élaboration. Le résultat obtenu permet la visualisation immédiate de l'image différenciatrice de l'entreprise.



La performance de cette stratégie s'accomplit dans un processus itératif sur le long terme par la mise en place d'indicateurs de satisfaction ■

ARTATEM

Directeur de publication : E. Chanat - Conception/Réalisation/Illustration : Artatem, propagateur d'images
13 Bis, rue Georges Bailly - 92260 Fontenay-aux-Roses - Tél. 01 49 73 84 75 - www.artatem.com