

> VSM NEWS

Des nouvelles de Gaz de France

par Arnaud Marec

Ca bouge autour de Gaz de France. Bras de fer avec l'Etat concernant la hausse du prix du gaz (5,8% contre 8,1% demandé par le groupe), syndicats appelant à la grève le 20 juin contre « la privatisation » de l'entreprise ou difficultés rencontrées par la fusion avec Suez (dernière en date : le débat sur les « golden shares » demandés par l'Etat mais refusés à Bruxelles) : l'actualité semble difficile pour Gaz de France. Et pourtant... Malgré cette actualité chargée, le groupe semble être sur une dynamique positive : la hausse du chiffre d'affaires trimestriel de plus de 30% en un an montre l'efficacité de l'entreprise sur un marché de l'énergie en pleine croissance. Par ailleurs, l'ouverture de la première centrale électrique de Gaz de France sans participation d'EDF (DK6 à Dunkerque), avant l'inauguration de celles de Fos et de Montoir de Bretagne, préfigure l'arrivée en force de l'énergéticien sur le secteur de l'électricité.

Enfin, petit à petit, la fusion avec Suez prend forme : la finalisation devrait avoir lieu en décembre et ainsi ouvrir la voie à la constitution d'un nouveau géant de l'énergie, en Europe et dans le monde. Affaire à suivre donc, afin de voir si Gaz de France, d'ici quelques mois, aura tiré les fruits de sa politique dynamique !

A l'affiche de ce mois ci:

Le groupe 3 Suisses
Par Barbara Sohler

100% client...

Le Groupe 3 Suisses International propose l'offre la plus étendue dans la Vente à Distance grâce à une multitude d'univers différents (25 enseignes) : le Textile & Maison, la Cosmétique, les Services Financiers, les Produits pour le Bureau.

Implanté aujourd'hui dans 15 pays en Europe occidentale, en Europe Centrale et en Asie, le Groupe poursuit son expansion internationale.

Au cœur des évolutions des modes de vie et des technologies, les 12 000 collaborateurs du Groupe exercent leurs talents dans les métiers du marketing de l'offre, du marketing relationnel, des systèmes d'information et de la logistique. Ils créent à distance une relation de confiance et de plaisir avec leurs clients, fondée sur la séduction de l'offre et le respect de la promesse par un service sans défaillance. C'est le nouveau défi que s'est donné le Groupe 3 Suisses en lançant le Chantier Confiance voué à satisfaire ses clients à 100% via le canal Web.

Jérôme Adam (Promo 12) dédicacera son livre, Entreprendre avec sa différence, lors du dîner de Chaire du 6 juin 2006.

Voici un extrait de la préface du livre, signée par Renaud Dutreil, ministre des PME :

« (...) aujourd'hui, aucun nouvel entrepreneur ne saurait se lancer sans préparation dans son aventure d'entrepreneur. Dans cette perspective, le livre de Jérôme Adam, au-delà de la relation de son expérience personnelle, permet de comprendre globalement l'acte d'entreprendre. (...) Ce livre réussi est le miroir de l'expérience personnelle de l'auteur, qui a voulu et qui a toujours su aller au-delà des à priori. L'expérience et le cheminement de Jérôme Adam, qu'il relate ici précisément et sans fausse pudeur, constituent un éclairage pour chacun d'entre nous, puisque, comme il le rappelle, « à chacun son handicap ». »

**Xerox,
L'orientation vers les services
Par Sylvain Nogues**

Rationaliser, économiser, optimiser.

Ce n'est pas un cabinet de conseil mais bien Xerox qui vous propose ces actions. Aujourd'hui, les services associés à la mise en place de copieurs (rationalisation des impressions, dématérialisation de documents, externalisation de l'activité copie...) sont la source la plus importante de rentabilité de l'activité et sont particulièrement prisés par les clients.

Xerox a d'ailleurs mis en place une division spécialisée, Xerox Global Services. Celle-ci, en collaboration avec les vendeurs de matériels, propose des offres à forte valeur ajoutée, et devient souvent un facteur clé de l'achat du client.

Le raisonnement est simple : Xerox, mieux que ses clients, maîtrise la gestion documentaire. Le but est donc de décharger le client de cette gestion, souvent mal évaluée et peu contrôlée. Au final, le client fait des économies et gagne en productivité ! On comprend le succès de la formule, quand l'on sait que la copie, qui n'est souvent qu'une activité périphérique pour l'entreprise, représente des coûts importants.

Le bilan du 18 mai

Par Benoît Harreau

Alors que le monde entier fêtait l'anniversaire de Bernadette Chirac et de Yannick Noah, un peuple d'irréductibles, les ESSEC VSM 2006 étaient loin de danser la saga Africa. Le moment tant attendu se présentait à eux : la journée de prospective qui devait leur permettre d'affûter leurs connaissances sur les nouveaux leviers du marketing.

L'ambiance commença à se dessiner dès le petit matin, alors que les costumes devisaient avec les tailleurs autour d'appétissants croissants au beurre. Une ambiance décontractée, certes, mais studieuse. On était là pour parler de leviers et pour écouter des avis sur le marketing, oreilles, langues et stylos allaient bel et bien être mis à contribution.

Le travail en commission remplit toutes ses promesses. Ce n'était plus de discussions de comptoir qu'il s'agissait, non. Les avis se partageaient, certains débats s'ouvraient, des consensus parfois se formaient, des idées se trouvaient orphelines... et pendant ce temps, les animateurs animaient, les rapporteurs rapportaient, l'organisation organisait et le back-office... (je vous laisse deviner).

Le repas de midi et le café avalés autour de tables bien vivantes où certaines cartes de visites furent dégainées, il était temps de rejoindre les bancs de l'amphi. Là où un œil peu expérimenté aurait cru voir une AG de 68 dans le quartier latin, se tenait mieux que cela, une conférence sur Toyota, exclusivité VSM2006 ! Les oreilles écarquillées et les yeux à l'écoute, chaque participant sut apprécier la qualité du discours de M. Verret. La suite devait être prise, et elle le fut. Cinq professionnels se mirent à table (une table aussi ronde qu'un ballon de rugby) pour parler de fidélisation. Les échanges furent riches, chacun ayant envie de goûter au plat ce qui ne fit qu'en améliorer la qualité.

La journée touchait à sa fin, avant que les participants puissent retrouver leur sainte aise (autour d'un verre), il leur fallait une synthèse. Maîtrise du temps, Low cost et singularité de l'offre, Optimisation du lieu de vente, tous les thèmes traités, malaxés, disséqués au cours de la journée ont aujourd'hui été décantés et distillés. Reste le nectar qui fera l'objet d'une publication prochaine.

LE MOT DE LA CHAIRE:

Par Yann Aubourg

Au nom de tous les étudiants de la chaire VSM et en particulier au nom des membres de l'équipe Michelin dont je fais partie cette année, je tenais à nous associer à la douleur de l'entreprise et de la famille Michelin suite à la disparition tragique de son président, Edouard Michelin. Agé de seulement 43 ans et père de six enfants, ce centralien à la tête d'une des plus grandes entreprises françaises, a trouvé la mort dans le naufrage d'un bateau de pêche.

Après l'annonce de cette disparition, le Président de la République a salué un homme qui "à la tête d'un groupe qui occupe une place à part pour les Français, avait su considérablement moderniser son entreprise en en faisant un champion industriel français unanimement reconnu". Le chef de l'Etat a ajouté que "c'est un grand chef d'entreprise, respecté de tous ceux qui l'ont côtoyé et un homme doté de grandes qualités humaines qui disparaît aujourd'hui". Pour Nicolas Sarkozy, c'est "un homme brillant, dynamique et profondément humain" qui s'en est allé. "Il avait en outre la passion de son entreprise et savait la faire partager. Avec son décès, l'économie française perd tragiquement l'une de ses figures montantes", a-t-il déclaré.