

## L'opérationnel « sur mesure » au service du développement de l'entreprise innovante

Créé en avril 2004 à Aix-en-Provence, CAP Clients est un cabinet **conseil opérationnel** en **stratégie, marketing et développement des ventes** sur les marchés nationaux et internationaux. Ses clients sont le plus souvent des entreprises ou structures innovantes, PME ou PMI en phase de lancement, de diversification et/ou de développement, qui souhaitent être accompagnées **pour concrétiser leur projet et développer leurs parts de marché.**

### Carte d'identité et signes particuliers CAP Clients

**Vocation** : l'accompagnement opérationnel et le développement d'entreprises à forte valeur ajoutée et à fort potentiel, notamment sur les projets innovants « tous horizons confondus ».

**Signature** : savoir allier réflexion stratégique, construction marketing et négociation terrain pour servir un seul objectif : l'optimisation de la valeur et du cycle de vente sans omettre la mise en confiance des acteurs.

**Secrets « maison »** : le savoir-faire, la méthodologie, l'expérience et les valeurs partagées qui animent l'équipe et son réseau d'intervenants externes, tous participant à la force d'impulsion donnée aux projets.



Cécile BERNOUIN



Samir BRIKCI



Régine CHRETIEN



Aurélie GUYOMARC'H

« *Faire savoir ses savoir-faire... et les vendre* », expression consacrée et chère à Cécile Bernouin, fondatrice et gérante de CAP Clients, c'est bien de cela dont il est question, preuves à l'appui.

### Comment CAP Clients aide-t-elle les entreprises à grandir, à concrétiser et commercialiser leurs projets innovants ?

CAP Clients « s'approprie » l'univers métier de son client et l'accompagne en 3 temps, autour des actions suivantes :

- Étude de marché, stratégie marché, business model, marketing de l'offre
- Développement des ventes sur les marchés nationaux et internationaux
  - Négociation de partenariats et de contrats « clé »
  - Accompagnement commercial
- Formation et suivi des projets / Coaching individuel ou en équipe

} **Réfléchir**  
**Agir**  
**Consolider**

#### **OBJECTIF AFFICHE : APPORTER DES REPONSES OPERATIONNELLES, CONCRETES ET ADAPTEES AUX BESOINS « TERRAIN »**

« CAP Clients prend en main le processus de développement dans sa globalité, dans une logique 100% marché, en prenant le soin d'instaurer un réel transfert de compétences. » témoigne Mme Danièle SALDUCCI, fondatrice de la société PREMADOU, accompagnée par CAP Clients dans la mise au point et la commercialisation à l'international de ses cocons pour bébés.

➔ **Au démarrage**, des réflexions avancées sur le **potentiel marché**, sa **faisabilité commerciale** et sa **valorisation** :

- Quels sont mes savoir-faire différenciateurs et « plus produits » ?
- Qui sont mes clients cibles, quelles offres « leur proposer » et pourquoi ?
- Qui sont mes concurrents, mes partenaires potentiels à valeur ajoutée ?
- Quels sont mes « business model », politiques de prix et actions prioritaires ?

Cécile BERNOUIN, fondatrice de CAP Clients, constate : « *Ce sont là des basiques avec lesquels les porteurs de projets et chefs d'entreprise ne sont pas toujours très à l'aise, souvent par manque de temps, parfois aussi parce qu'ils sont confrontés à la difficulté de « s'extirper » de leur passion ou de leur quotidien.* »



➔ **Puis, vient la phase opérationnelle** de la collaboration « terrain »

- Elaboration des messages marketing et argumentaires
- Qualification des interlocuteurs cibles, prises de contacts, mesure des « intérêts » et « intentions »
- Prise de RDV et **participation à la négociation d'alliances stratégiques ou contrats clé.**



Cécile BERNOUIN étaye :

« *la co-négociation d'alliances « industrielles » ou de contrats cadres est essentielle à la mesure réelle de la faisabilité commerciale à court terme. Les cycles économiques imposent une réactivité très forte et des résultats « au plus court de l'échelle temps ! ». Au-delà de l'objectif pragmatique, la participation conjointe à la négociation est vecteur de transfert et mutualisation de compétences, usuellement codifiées de 'technico-commercial' ».*

➔ **Enfin**, mais « sans fin », CAP Clients propose un suivi post-action pour des **ajustements et soutien aux actions** de l'entreprise, aux côtés du chef d'entreprise et/ou de ses équipes. Ce suivi est conçu à la carte, dans un objectif de pilotage de la stratégie d'entreprise, de consolidation des résultats, et de transfert de compétences pour gagner en « autonomie ».

- Analyse des résultats et ajustements des plans Marketing et Commercial
- Formations aux thématiques managériales, marketing ou commerciales, appliquées aux besoins personnalisés de l'entreprise.

CAP Clients, **conseil opérationnel « sur-mesure »**, propose des prestations sur devis pour des missions de moyenne ou longue durée, comme des interventions « ponctuelles » facturées à la journée ou à la demi-journée.

Les prestations de suivi font l'objet d'un contrat cadre « adapté ».

Les actions de formation peuvent s'inscrire dans le cadre de la formation continue. **CAP Clients est organisme de formation agréé.**

## Un bout de chemin vécu, avec par exemple :

### PREMADOU, représentée par Mme Danièle SALDUCCI



**Activité: les cocons pour prématurés et bébés nés à terme**

**Enjeux:** mise au point technique du produit et commercialisation du « cocon pour bébé » à l'échelle internationale.

**Accompagnement et solutions:** réalisation d'une étude de marché opérationnelle et complète, recherche des fabricants de "mousse sans mémoire de forme" les plus adéquats, identification précise des distributeurs possibles à l'échelle internationale, participation aux ajustements techniques nécessaires en vue de l'industrialisation du produit, négociation des accords

cadres de distribution internationale.

**Résultats:** aujourd'hui, c'est la société aixoise RED CASTLE qui est en charge de la distribution du cocon à l'international sous le nom de **COCONaBABY®**.

**Fin 2009 : plus de 30 000 unités vendues en France...**



Témoignage complet de Mme SALDUCCI sur <http://www.capclients.fr/La-societe-PREMADOU.html>

### ICDD-SAS

INNOVATIVE CONCEPTS IN DRUG DEVELOPMENT, REPRESENTEE PAR LE DR NATHALIE COMPAGNONE



**Activité: Toxicologie prédictive du médicament par l'analyse comportementale de la mitochondrie.**

Développement de biomarqueurs de toxicité et d'efficacité de molécules en cours de développement.

**Enjeux:** Valider le positionnement et valoriser les offres de services ICDD-SAS autour de sa 1<sup>ère</sup> gamme de biomarqueurs. Mettre en place une stratégie marché cohérente et initier la commercialisation de façon efficace.

**Accompagnement et solutions:** Travail en commun sur l'analyse des cibles et l'expression marketing de l'offre. Élaboration d'un document de présentation des savoir-faire ICDD-sas. Mise en place d'un fichier de contacts européens. Qualification des acteurs, mesure d'intérêt et prise de rendez-vous avec décisionnaires « clés ». Accompagnement commercial « sur mesure ».

**Résultats:** pénétration de marché dans le secteur pharmaceutique, transfert de compétences et de méthodologie dans la gestion de la relation clients, optimisation de l'organisation et de la stratégie commerciale de l'entreprise. **Fin 2009, l'équipe ICDD-sas est passée à plus de 8 personnes...**

Témoignage complet sur <http://www.capclients.fr/La-societe-ICDD-sas.html>

Site client : <http://www.icdd-sas.com>

## L'INSTITUT E-TRIBART, REPRESENTÉ PAR M. LAURENT BERTRAN DE BALANDA

**Activité:** Institut de formation en ligne agréé en infographie 3D et effets spéciaux cinéma.

**Enjeux:** définir et valider les axes de stratégie, les plans d'actions à mettre en place et leur orchestration.

**Accompagnement et solutions:** structuration de l'offre de formation, travail sur l'expression de l'offre pour la rendre lisible, reconnue et adaptée au format Internet et aux internautes. Prise de rdv avec les studios de production à l'échelle nationale, accompagnement aux rdv clés en vue d'identifier les besoins « réels » de formation en infographie 3D, synthèse des données validant le positionnement de l'offre. Préparation du salon du MIFA (Marché International du Film d'Animation) à Annecy pour une promotion dynamique de l'offre.

**Résultats:** mise en place de partenariats clés avec certains grands acteurs du marché autour des technologies innovantes en 3D, construction de liens professionnels forts avec les studios de production ciblés. **Fin 2009 : projet de développement de l'offre de formation à l'international.**

Témoignage complet sur <http://www.capclients.fr/L-institut-e-tribart.html>

Site client : <http://www.e-tribart.fr/>



## NEUROSERVICE, REPRESENTÉE PAR M. BRUNO BUISSON



**Activité:** Réalisation de tests pharmacologiques in vitro pour le Système Nerveux Central (SNC) sur la base de techniques électro-physiologiques

**Enjeux:** clarifier et bien articuler les offres commerciales pour contacter activement des prospects et initier rapidement des contrats.

**Accompagnement et solutions:** réalisation d'un « White Paper » (document de présentation équipe, savoir-faire, segments de marché et offres), enrichissement d'une base de données « très ciblée » de prospects (France et International), prise de contact avec les décideurs clé, participation aux 1<sup>ers</sup> rendez-vous clients, préparation du salon SBS (*Society for Biomolecular Sciences*) Meeting 2007 à Montréal, Canada, avec prise de RDV qualifiés.

**Résultats:** création de l'identité visuelle et expression de l'offre, lancement et développement de l'activité et de la démarche commerciale internationale, négociations de contrats clés avec certains grands noms de la « pharma ». **Fin 2009: un CA > 800K€ et une équipe de 10 personnes...**

Témoignage complet sur <http://www.capclients.fr/Neuroservice.html>

Site client <http://www.neuroservice.com>

## LE POLE DE COMPETITIVITE TRIMATEC, REPRESENTÉ PAR M. LAURENT STAVAU

**Activité:** Axé sur les Ecotechnologies, le pôle Trimatec contribue au développement de projets innovants, autour de 4 thématiques

et applications industrielles phares ; la maîtrise des environnements confinés, les applications des fluides supercritiques, la production et la valorisation de la biomasse algale, l'utilisation des technologies séparatives et membranaires.

**Enjeux:** une labellisation PRIDES, et donc la création d'un réseau d'entreprises innovantes en Région PACA autour des thématiques du pôle. Celles-ci étant transverses, l'identification des entreprises potentiellement intéressées était particulièrement difficile à appréhender. En parallèle, augmenter la visibilité et la lisibilité du pôle, de son plan d'action et de sa dynamique.

**Accompagnement et solutions:** participation à l'élaboration du dossier PRIDES sur les aspects « marché » et « expression des apports opérationnels aux entreprises »), prise de contact avec les entreprises ciblées en région PACA (*construction argumentaire, qualification des cibles, prise de rdv, accompagnement aux rdvs clés*), mise en place d'ateliers pratiques et événements, aide au déploiement d'actions collectives et accompagnements individualisés.

**Résultats :** Labellisation PRIDES avec un nombre d'adhérents en augmentation, une participation accrue des entreprises du bassin PACA aux événements du pôle, **une visibilité et un positionnement du pôle dynamisés** par une approche opérationnelle et un transfert de compétences constant.

Témoignage complet sur <http://www.capclients.fr/Le-Pole-TRIMATEC.html>

Site client : <http://www.pole-trimatec.fr>

