

Yesss... nous serons les stars du growth hacking disruptif !!!

Par Jean-Marc GANDY, auteur d'ouvrages pratiques pour les entreprises et gérant de Novasun

La critique est toujours facile mais franchement nous atteignons en ce moment des records en matière de langage fumeux au travail. Lançons-nous à notre tour dans l'exercice de la Novlangue (terme tiré du célèbre roman "1984" de Georges Orwell). Voici notre petit speech en langage "expert LinkedIn" qui galvanisera bien sûr nos équipes...

Fier de vous en tant que C.E.O. ! Hâte de vous présenter ma keynote relative au Market Strategic Framework qui nous challengera pour les deux ans à venir ! Nous incarnerons ainsi notre "Why" et nous ferons sens ensemble en mode agile et résilient grâce aux métriques Quick Win qui suivent. Je vous invite donc à plussoyer ce qui suit...



D'abord merci à tous pour votre participation proactive à ce kick-off meeting qui rassemble nos différentes task forces. Je vous shooterai ultérieurement les slides de ma prez', ceci en attendant la sortie finale de notre road book.

Bien, comme vous l'avez tous notés sur l'infographie que je vous affiche sur notre touch screen, nous entrons dans l'ère de l'Expectation Economy. Ce qui tombe à pic car notre entreprise vise une croissance inclusive en cassant les codes. **Nous devons donc prendre en compte le momentum propice afin de pivoter pour assurer notre propre résilience.**

Nous resterons alors mainstream et bankable avec un fort success rate en ligne de mire. Notre deadline est donc établie à horizon deux ans. Oui, j'ai l'immense fierté de vous affirmer que nous allons faire bouger les lignes ! **We must think out of the box ! Tel sera désormais notre mindset** à nous, les plus purs représentants de la French Tech, à nous les warriors de la Startup Nation !

Et en effet, je suis plus qu'heureux de pouvoir vous pitcher le draft de notre corporate baseline. Il nous faudra apprendre à **devenir positivement disruptifs dans le cadre de notre Blue Ocean Strategy**. Nous devons par conséquent éliminer tous nos gènes-routines. L'ADN de notre métier en sera donc profondément impacté afin de renforcer notre sérendipité puis notre Time to Market. Ce qui va nous permettre **de véritablement cranter la scabilité de notre business model**. C'est aussi à ce prix que nous serons dans la boucle, en catégorie Master Class.

Le nouveau visage de nos activités de Market Place et de Retail en mode valuable product, comme vous pouvez le voir sur nos slides, **sera data-driven et customer centric**. Nous devons réenchanter nos clients. Par conséquent cette expérience client, bien évidemment co-construite en mode collaboratif, **sera au cœur de notre transformation "full digital"** à base d'IA, de Web3, de réalité augmentée, de métavers et de blockchain.

Notre storytelling devra permettre de nous identifier comme de véritables designers d'émotions. **Cela fait sens en termes de strategic alignment.** Et, justement, après avoir aligné le marketing et les sales, nous développerons **un écosystème apprenant** dans une logique de startupper et de future licorne. Ainsi l'avenir n'appartiendra plus uniquement aux GAFAM.

Notre positionnement webmarketing 7.0 **sera donc shooté aux analytics avec une dose de KPI que nos systèmes d'IT en mode AI pourront analyser en temps réel.** Il s'agit d'une première étape vers le global datamining géré par nos Key Account Managers.

Il va de soi que notre trend orienté "social listening" évitera d'enfermer nos leads B2B et B2C dans des bulles sémantiques. Comme le disent si bien nos cousins anglo-saxons, "content is fuel". Nous surferons donc, à partir de nos best practices, sur les profits du user generated content. *De quoi être full client ready !*

Il sera logique de targeter nos posts en mode inbound avec un reach affichant un ROI positif en termes de leads. **Cependant, nous privilégierons l'engagement à ce reach** en nous assurant de la haute délivrabilité de nos incentives. Des buyer personas seront créés **pour cross-segmenter notre consumer insight.** Nous checkerons en continu leur pertinence en exploitant, après un solide feedback, les métriques issues du neuromarketing.

Il est évident que nos Business Development Managers, nos Customer Success Managers et nos Sales Managers **seront placés en frontline** pour closer et donner un coup de boost à tout le réseau grâce à des leviers ad-hoc issus **des best practices benchmarkées de remote selling.** Ceci en parallèle à notre ubérisation orientée time to market fortement supportée par nos sales enablements.

Nos process agiles nous permettront ainsi de développer, en mode UX, **une approche holistique et itérative de type "bottom up"** alors que nos challengers seront condamnés au "top down" et à la loose...

The show must go on : il nous reste donc plus qu'à passer notre growth engine en mode setup.

Et maintenant, comment tout ceci matchera-t-il avec notre gouvernance RH ?



Soyons tous focus sur le fait que **nous allons sur-performer et devenir un véritable incubateur de talents !** Ceci grâce à un changement radical de paradigme qui privilégiera **l'intelligence collaborative.** Le knowledge management constituera la voie applicative du Customer Empowerment que nous visons tous ici afin d'atteindre l'état d'ikigai. Bien entendu, tout ceci en univers VUCA !

Nous allons donc déployer notre Marque Employeur sous l'égide d'Océane, notre CTRH, Coordinatrice des Talents et Richesses Humaines, **upgradée à compter de ce jour au titre de Human Capital Asset Manager.**

Tout d'abord nous nous engageons **dans une démarche volontariste de GPPPPPEC** (Gestion Prévisionnelle, Préventive, Personnalisée, Partagée et Performative des Emplois et Compétences). Ce sera désormais notre punch line !

Notre RPO, Recruitment Process Outsourcing, largement benchmarké, s'appuiera sur les compétences de notre Assessment Center. Pour sourcer nos futurs talents nous privilégierons le process digital sans négliger le "face to face". **Il est évident que les neuro-sciences cognitives nous ouvrent aussi de nouvelles perspectives** en matière de core skills et plus précisément d'upskilling et de reskilling.

Nous nous concentrerons spécifiquement sur l'onboarding de nos nouveaux collaborateurs et slashers. Lesquels seront particulièrement mis en valeur lors de nos prochains bootcamps.

Comme vous le savez déjà tous, **notre workflow prendra notamment en compte la lutte contre les bullshit jobs** ainsi que la conduite du changement dans le cadre d'un management impactant et stimulant **fondé sur une approche par les nudges**.

Nous privilégions désormais **le leadership bienveillant et équitable** afin d'accompagner la performance individuelle et collective. Les softs skills seront les value makers de notre futur. La création d'une fonction support en mode CHO (Chief Happiness Officer) vient également d'être validée par notre Executive Board.

Notre stratégie de prévention des RPS, Risques Psycho-Sociaux, **via une orientation "Team Building"**, nous permettra d'éviter ces maux qui frappent nos challengers, j'ai nommé : **burn out, bore out, brown out**. Ah oui, j'allais oublier **le blur out et le joke out**. De plus, nos coachs internes vous initieront aux fondamentaux de l'Altruistic Open Mindfulness. **Oui, je vous l'affirme avec force, la QVT sera notre véritable levier de performance !**

En matière de formation nous ferons appel, si nécessaire, aux AFPR, POE, POEI, POEIC et AFEST. Chacun pourra ainsi shifter son build in public à partir de son stack d'outils. Sans bien sûr bullshitter le moins du monde.

En ce qui concerne nos HP (High Potentials), **ils pourront accroître leur personal branding** en s'appuyant sur notre Training Adaptive Program qui offrira des Learning Graduations en mode open online telles que **les MOOC, les COOC, les SPOC, les SOOC, les TOOC - non celui-là n'existe pas encore**.

Cette offre de trainings en version "ludopédagogie interactive", "gamification" et "réalité virtuelle augmentée" sera bien sûr accessible **ATAWAD** (Anywhere, Any Time, Any Device) et visera le lifelong learning. Le staffing des master coaches **est actuellement en phase de due diligence**.

Nous allons également monitorer les talents de nos nouveaux **Agile Scrum Masters** qui pourront ainsi parfaire leur maîtrise des sprints (*et ils auront vraiment intérêt à courir vite !!!*)

Enfin, notre démarche RSE montrera aux yeux de tous notre volonté d'être likés comme "The Workplace to be". Tout cela parce que le monde bouge ! **Tout cela aussi pour faire de notre monde un meilleur endroit !** Dans notre logique de growth hacking, nous postulerons d'ailleurs aux prochains Awards de la Best European Business Intelligence.

Je vais maintenant rebondir sur les dernières Breaking News : nos traditionnels staff meetings sont désormais remplacés par des standup meetings et par du co-walking. Nos processus séquentiels d'innovation seront, eux, **dopés** par des séances collectives **de cross-pitching suivies de rapports narratifs**. Ces pratiques favoriseront ainsi notre désilotage et nous conduiront à des pratiques de full co-working permettant un pilotage en grappe plus efficient de nos entités. Nous sommes en phase avec un shift exponentiel.

So what ? Il ne me reste plus qu'à souhaiter une très belle journée à toute notre brillantissime Team. **Car c'est grâce à vous tous, grâce à notre intelligence collective, que nous sommes non-seulement profitables mais carrément Top of the line et Best in Class.**

Et don't forget notre petit afterwork jeudi soir chez Mimile et Lulu, au tout nouveau concept Bistrot Escape Game. Ne switchez surtout pas, pensez à forwarder pour les absents en mode FOMO (fear of missing out) !

Tonnerre d'applaudissements, of course...

Quelques précisions pour nos lecteurs...

- Comme il se doit, toute ressemblance avec des situations réelles ne saurait être bien sûr que fortuite !
- Comme il se doit, l'auteur de ces lignes est loin d'être lui-même irréprochable. Plus d'une fois, dans ma vie professionnelle, on m'a demandé ce que je voulais dire en employant telle ou telle expression "branchée"...
- Un grand merci aux contributeurs qui, suite à la première publication le 02/10/18 sur LinkedIn, m'ont fourni (volontairement ou non) de nouveaux éléments pour enrichir ce petit discours so "trendy frenchouillard".
- Le mot de la fin sera réservé à Nicolas Boileau (1636 - 1711). Cet auteur est moins lu et enseigné qu'il y a une ou deux décennies. Néanmoins l'une de ses maximes reste bien connue :

***"Selon que notre idée est plus ou moins obscure,
L'expression la suit, ou moins nette, ou plus pure.
Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement,
Et les mots pour le dire arrivent aisément."***