

CONFÉRENCES

Transformation digitale : le cas Manutan

Avec Pierre-Olivier BRIAL, Directeur Général Délégué du Groupe Manutan et Didier LONG, Président Directeur Général de KEA-Euclid



De gauche à droite : Didier LONG (Kea-Euclid), Pierre-Olivier BRIAL (Groupe Manutan) et Olivier PIA
©N Prebende

Les entreprises du commerce spécialisé sont quasiment toutes en pleine transformation numérique. Il faut aller vite, investir beaucoup, et l'erreur est quasiment interdite tant il faut aller vite. Le commerce n'est pas le seul secteur d'activité en pleine transformation numérique, et il y a beaucoup à apprendre des expériences des secteurs aussi différents que les transports, l'hôtellerie, la culture, ou encore le commerce « B2B ».

Pierre Olivier BRIAL, directeur général délégué de Manutan a accompli cette transformation numérique il y a quelques années avec l'aide du Cabinet KEA-Euclid et notamment de son directeur général Didier LONG.

Il faut passer de la prise de conscience aux actes » selon Didier LONG, « la plupart des dirigeants font le bon diagnostic, mais combien d'entreprises ont réellement réussi leur transformation digitale ? »

Manutan est une entreprise B2B de distribution de fournitures et produits pour les entreprises créée en 1966. Son modèle de toujours reposait sur la vente par correspondance à l'aide du fameux catalogue de produit. Pour Pierre-Olivier BRIAL, la transformation était devenue vitale : « Les acheteurs dans les entreprises, donc nos clients, ont la plupart du temps entre 25 et 40 ans. Dès le milieu des années 2000, on a compris que ces gens-là seraient de plus en plus à l'aise avec l'outil numérique et que si l'on ne s'y mettait pas, ils iraient à la concurrence. On était le La Redoute de la fourniture individuelle, il était donc vitale de se transformer. »

Une transformation qui s'appuie sur 4 piliers

1. Redéfinir la mission de l'entreprise et les missions individuelles

« Manutan était une entreprise de vente sur catalogue et nous avons annoncé que Manutan serait désormais une entreprise de vente en ligne. »
Le plus difficile d'après Pierre-Olivier BRIAL est de redéfinir la mission des équipes qui ne sont pas nécessairement formés à la nouvelle mission de l'entreprise.

« Nous avons créé une université pour créer de la mobilité individuelle à l'intérieur de l'entreprise. Des personnalités se révèlent et l'entreprise est désormais là pour accompagner les talents individuels qui étaient jusqu'alors inexploités. »

2. Revoir la valeur ajoutée

« En passant 100 % en ligne, nous sommes passés de 6.000 à 24.000 références. On s'était toujours dit qu'il était impossible de dépasser 10.000 mais voilà lorsque l'on remet tout à plat, et que l'on entame sa transformation, tout redevient possible dans l'esprit de chacun. Nous avons également remis à plat le parcours client et proposé de nouveaux services ».

« Finalement là où nous étions de simples distributeurs, nous sommes aujourd'hui des distributeurs mais également une entreprise de services. »

3. Adopter et s'approprier la bonne technologie

« Sur cette partie il faut se faire accompagner, et ne pas hésiter à acheter des produits clé en main. Les produits numériques auxquels on ajoute des couches et des couches de code pour s'adapter à l'entreprise deviennent ingérables. Nous, nous n'investissons pas dans de gros systèmes informatiques mais dans des « briques » que l'on associe entre elles. »

4. Insuffler aux collaborateurs l'état d'esprit propice à la transformation

« Les entreprises digitales changent tout le temps. C'est à mon sens ce qui le différencie avec des entreprises traditionnelles. Cela ne fait que 6 mois que nous avons compris comment la data allaient changer profondément nos manières de travailler. »

« Les collaborateurs doivent être orientés clients, mais aussi fournisseurs et collaborateurs. Nous devons en permanence demander l'avis de ses trois entités pour innover et se transformer en permanence ».

Finalement la transformation digitale d'une entreprise passe beaucoup par l'humain. Les collaborateurs doivent se réorganiser, se réorienter, s'approprier une technologie, une nouvelle façon de penser. Cet effort ne porte pas sur une durée donnée, il doit devenir l'effort de chaque instant. Le cas de la transformation numérique de Manutan enseigne que la transformation d'une entreprise est une révolution permanente.

[Ecouter les interventions de Pierre-Olivier BRIAL et Didier LONG sur Radio Immo en cliquant ici.](#)

[Voir les interventions de Pierre-Olivier BRIAL et Didier LONG sur youtube en cliquant ici.](#) ■