



INNOVATION DANS LE CONSEIL

Remettre à plat certains principes
Et préparer l'avenir



LE CONSEIL EN MANAGEMENT

OU EN SOMMES NOUS ?

CICF MANAGEMENT

- L'ambition de notre syndicat professionnel est de mettre en évidence l'ensemble des aspects à prendre en compte dès lors que l'on réalise une prestation intellectuelle de conseil en management

La qualité des prestations ?

- L'activité de conseil a un rôle stratégique à la fois par les emplois qualifiés et le chiffre d'affaires qu'elle génère, par sa responsabilité d'agents du changement et donc de partenaires créatifs pour l'innovation et les investissements matériels ou immatériels de leurs clients

(Michel Janneteau)

NOTRE METIER jusqu'en 2007

- Un consultant indépendant se met à son compte vers l'âge de 38 ans
- Un consultant créé une société de conseil vers 43 à 45 ans.
- Avant de se lancer, ces personnes étaient des responsables opérationnels en entreprise, (48%), ou en cabinet de conseil (43%)

Le marché du conseil

- 7.8 milliards € en 2007
- Triplé en 10 ans ?

• Source Syntec sept 2008

En 2008 et la suite

- Le chômage déclenche auprès des cadres une envie de faire du Conseil (poussé par l'APEC) et de se mettre à leur compte:
 - Soit en direct
 - Soit en portage

ACTUELLEMENT (2009)

- L'image de notre métier est trouble :
 - Les prestations ne répondent pas toujours aux besoins
 - Les durées d'interventions ne sont pas précises
 - Les tarifs sont fantaisistes et deviennent imposés en ne correspondant pas à une qualité de prestations (très et trop bas)

Et Notre Client ?

- Notre métier, notre offre, notre prestation sont mal perçus ou manquent de netteté...
- Les petits Cabinets sont mal outillés pour répondre aux appels d'offre
- Les acheteurs dont les institutionnels déclarent ne pas comprendre le contenu de nos offres, et gèrent souvent le conseil comme « des boulons »

La seule question

- Comment obtenir la **CONFIANCE** de son prospect et le transformer en **CLIENT** ?

LE CLIENT EST DANS L'INCERTITUDE

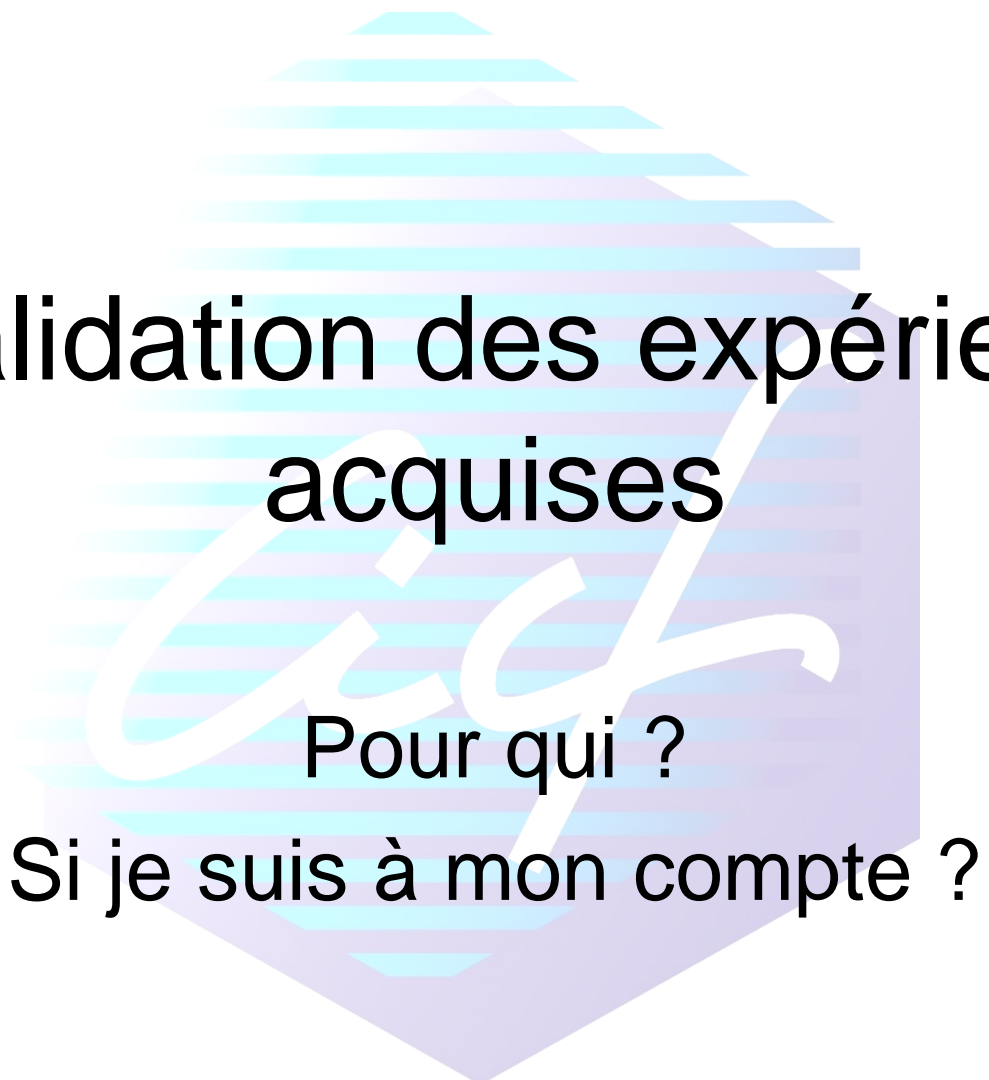
- Il a besoin d'être rassuré
- On ne peut pas être compétents sur plusieurs secteurs

REFLEXIONS

- Connaît-on :
 - La rentabilité de nos chantiers ?
 - L'efficacité de nos démarches commerciales?
 - Sommes-nous, nous-mêmes bien organisés?

Et les nouveaux arrivants

- Ce sont des opérationnels dans leur ancienne entreprise, mais chez plusieurs clients ?
- Ont-ils assez de connaissances transversales du métier ?
- Comment peuvent-ils démontrer leurs compétences ?



La validation des expériences acquises

Pour qui ?

Si je suis à mon compte ?

REFLEXION



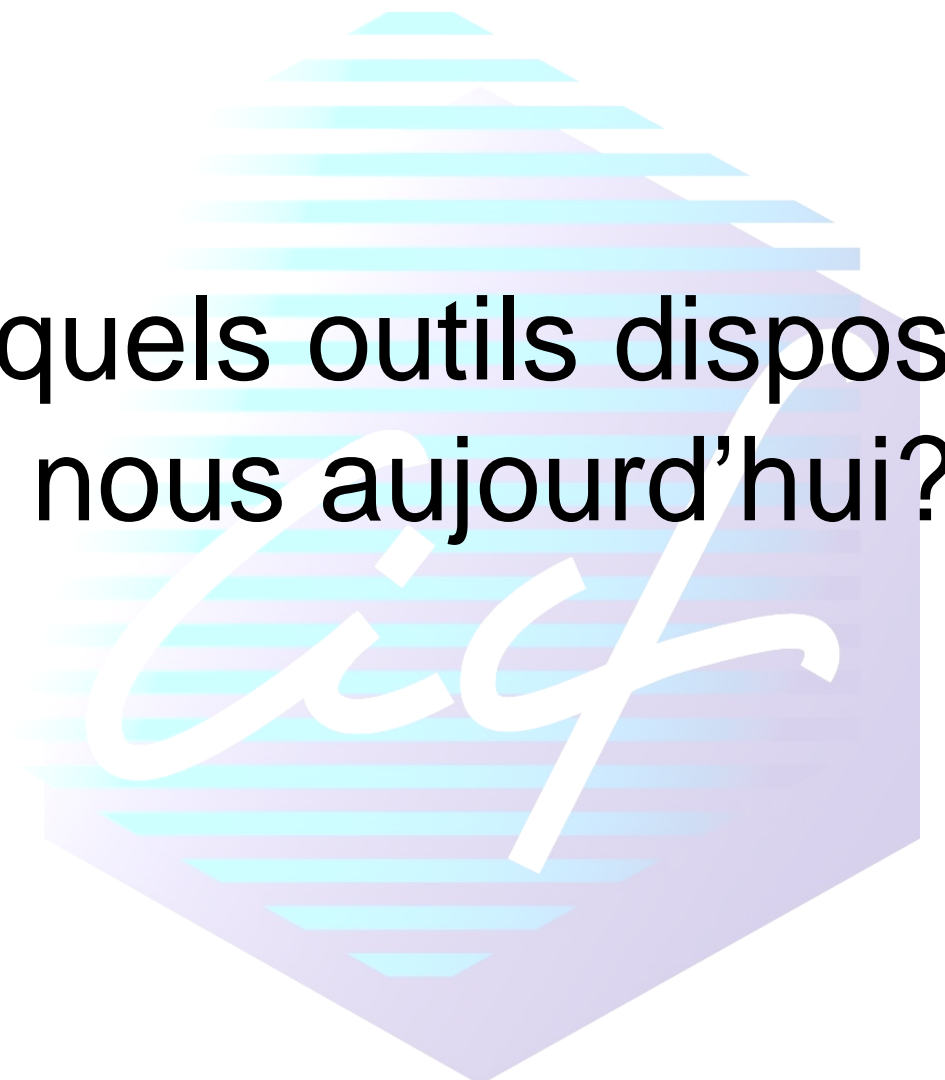
- Quel est mon métier ?
- Comment me positionner?
- Comment veut-on être perçu par les prospects pour qu'ils m'identifient?
- Quelle valeur ajoutée vais-je leur apporter?

FACTEURS CLES DE SUCCES

- Savoir faire PROUVE
- Bonne connaissance d'un secteur
- Théoriser et CAPITALISER SON EXPERIENCE, se l'approprier
- Modéliser et continuer à ENRICHIR SON SAVOIR FAIRE
- Trouver un moyen de faire RECONNAÎTRE son expertise

ET LA VALORISATION DE NOS COMPETENCES ?

- Avec la veille professionnelle ?
- Avec des évaluations ?
 - Sur des missions effectuées ?
 - Sur les résultats acquis chez le client ?




De quels outils disposons-nous aujourd'hui?

DEVELOPPEMENT PROFESSIONNEL	RECONNAISSANCES / NOTORIETE	
	structurel	individuel
Formation initiale		IUT IDCE
Qualification professionnelle	ISQ	
Validation des expériences		?????????
Formation continue		IPTIC, IDCE et d'autres
Rendez-vous du conseil		RVC à mettre en place par syndicat
Certification professionnelle		IPF
Certification	ISO 9001/2008	
Auteur		Articles ; éditions

Être reconnu à travers

- Nos compétences « affichées » et « validées »
- Notre image et notre identité perçues par nos prospects et nos pairs
- Nos méthodes et outils « approuvés » par nos résultats



Présentation des organismes existants pour le développement de notre professionnalisation



Merci de votre attention