

« Quand tu constates que tes frais généraux et tes marges diminuent, c'est le moment d'agir ! »

Michel Vastenhout
PDG de Z-CARD®



LA TRANSFORMATION DE L'ENTREPRISE SE TRADUIT PAR UN 20% AUGMENTATION DES REVENUS!

Dans le cadre de son concept de pocket marketing, Z-card a déjà produit plus de 3 billions de Z-cards au niveau mondial. La demande de produits imprimés simples, mais innovants et uniques, a explosé de manière significative et a entraîné une croissance énorme. Le revers de la médaille est que ce succès a nécessité un long processus de rattrapage et qu'il devenait de plus en plus difficile de répondre à toutes les exigences. Une transformation de l'entreprise était donc nécessaire pour Z-card.



Conseil stratégique

« Lorsque nous sommes arrivés chez Z-card, les contours d'un plan de transformation avaient déjà été dessinés. Cela nous a considérablement aidé à identifier les éléments clés du processus de transformation » explique Erik Dierinck, enterprising partner chez Scalefactory.

« Notre approche repose sur une compréhension détaillée du fonctionnement de l'entreprise. Tout le monde peut entrer dans une salle de direction et tenir un discours sur un projet de transformation réussi. Mais il est beaucoup plus difficile d'identifier

les éléments visibles et invisibles de ce processus de transformation et d'identifier les éventuelles améliorations qui ajoutent de la valeur aux produits et aux solutions.

Le cadre déjà mis en place par Z-card s'est avéré le point de départ idéal pour traduire leur vision. Ces propositions ont donc été reprises dans la phase suivante du projet, où les idées se concrétisent et où les chiffres sont les seules preuves dont on a besoin. »

Conception, Réalisation et Validation

De la réception du lead à l'expédition du produit imprimé, Z-card utilisait des processus complètement indépendants les uns des autres. L'optimisation de ces processus apporterait donc des gains importants.

Cette méthode comporte toutefois deux répercussions importantes. D'abord, il y a une perte de transparence, c'est-à-dire qu'il y a une perte progressive de certaines informations importantes. Cela a pour conséquence que le service à la clientèle devient moins flexible et qu'on passe plus de temps à recueillir ces informations.

« Nous nous sommes appuyés sur les processus déjà en place chez Z-card pour élaborer une carte des chaînes de valeur. Celle-ci montre comment fonctionne Z-card et elle permet d'identifier plus facilement les éventuelles améliorations. Une conclusion remarquable a été que Z-card utilisait en fait un modèle commercial pour le commerce électronique, mais sans automatisation et sans retour d'information rapide pour rendre les processus commerciaux plus efficaces. Nous avons donc mis en place des flux d'informations interconnectés et automatisés, et la direction dispose désormais de tableaux de bord qui fournissent rapidement des informations utiles. »

« Quand une entreprise se développe rapidement, elle se développe parfois trop vite... On veut continuer sur sa lancée à tout prix, ce qui impose un rythme quotidien qui ne laisse aucun temps pour structurer cette croissance et la transformer en une solution à long terme. »

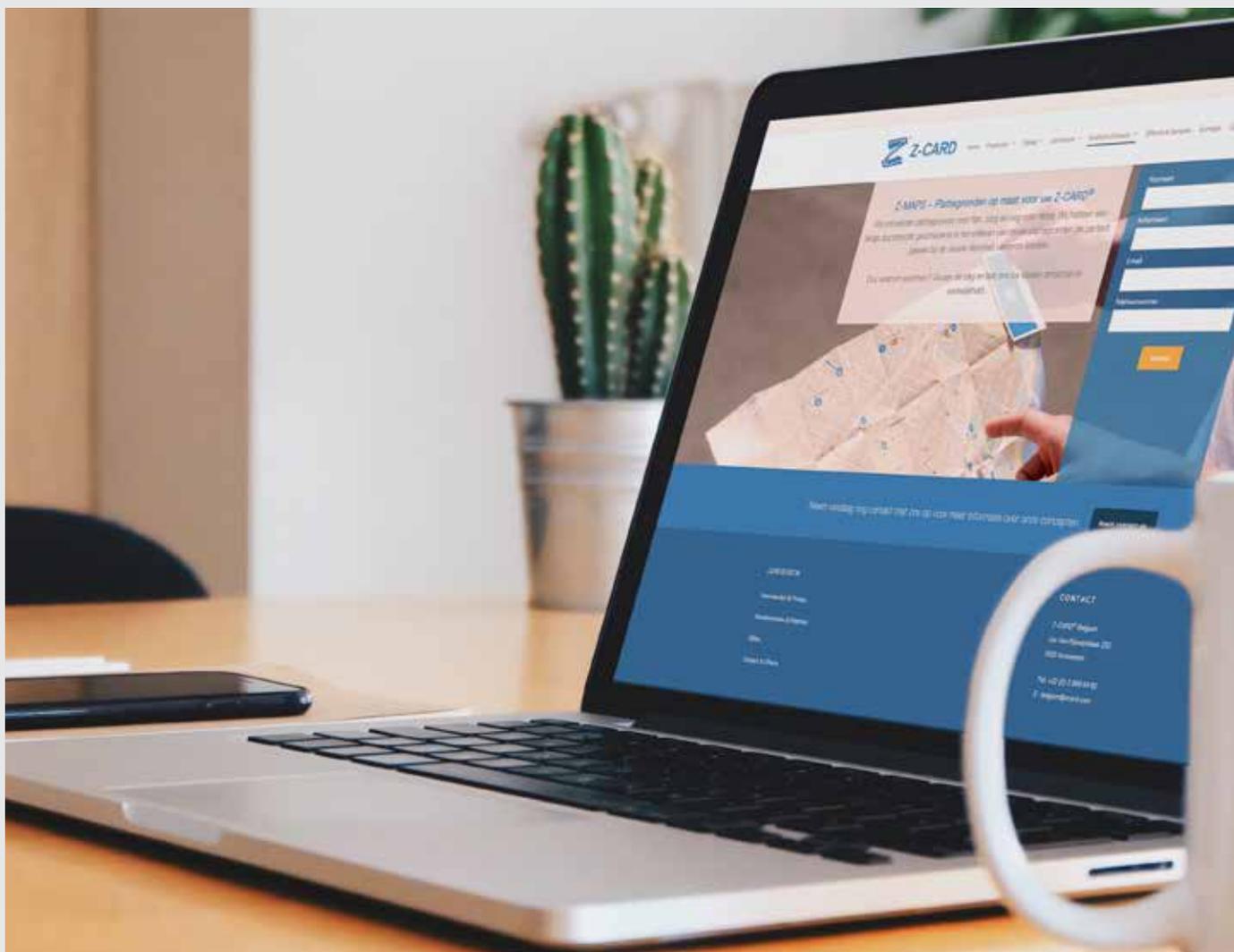
Michel, PDG de Z-CARD®



20% de chiffre d'affaires supplémentaire sans ETP supplémentaires

40% moins de temps consacré à la transformation des leads en ventes

Réalisation du projet en 3 mois



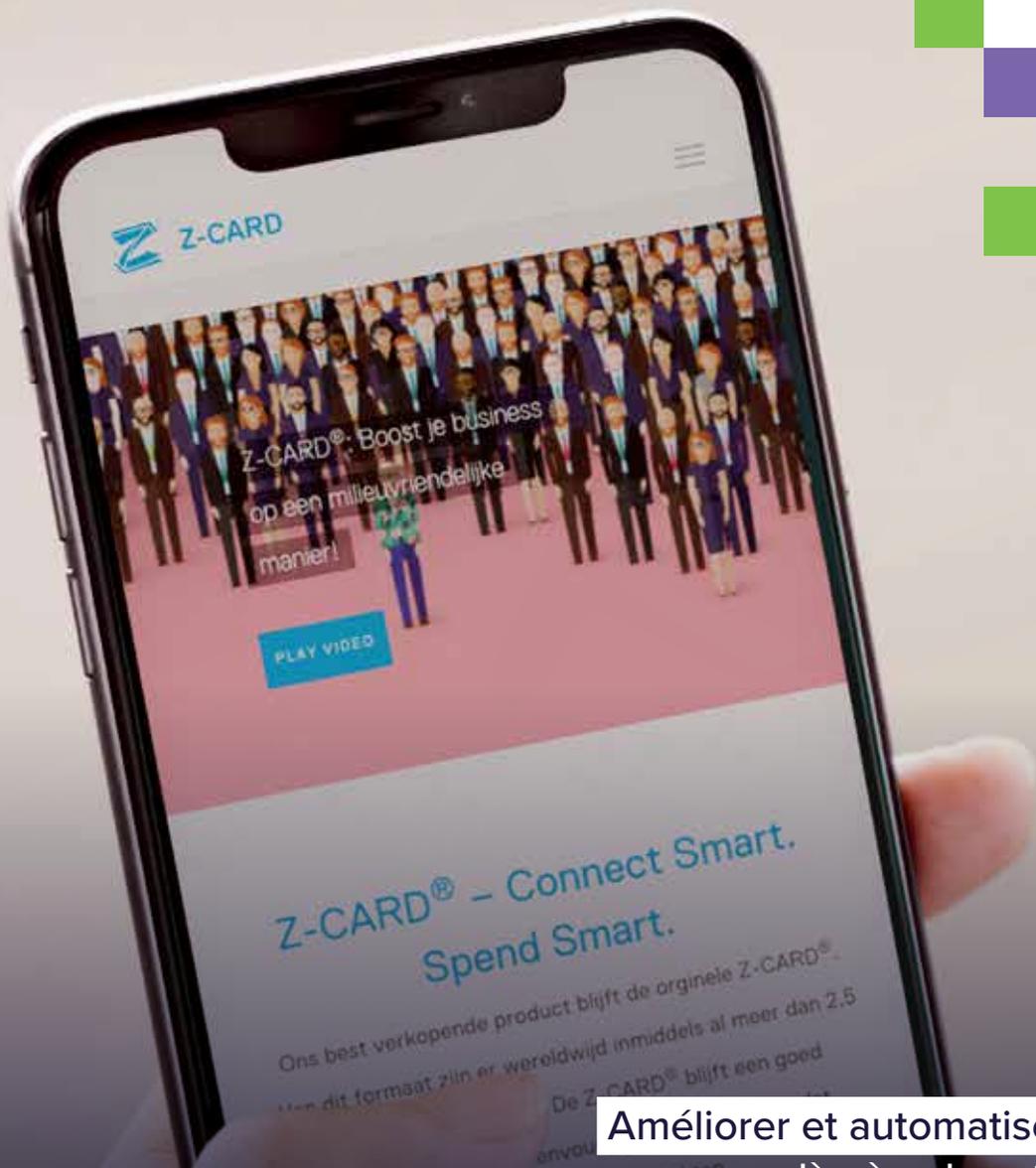
Support

Au cours du projet, Scalefactory a veillé à ce que Z-card acquière le savoir-faire nécessaire pour pouvoir donner à la plateforme numérique le support et la structure nécessaires. Scalefactory reste actif en tant que partenaire technique et stratégique à long terme de Z-card.

« Nous ne croyons pas en l'enfermement propriétaire. Si votre client dispose de toutes les informations et peut prendre en charge lui-même une grande partie de la maintenance, le temps de réponse est plus court et le succès viendra plus vite. »

Outils utilisés :





Améliorer et automatiser les processus là où cela est possible pour réduire le temps passé à transformer les leads en clients

Réduire le fossé entre les départements afin de diminuer le temps passé à rechercher des informations

Offrir à la direction un suivi automatisé et des tableaux de bord de suivi

« Nous avons besoin d'un partenaire engagé pour les bonnes raisons, qui s'impliquait dans la traduction de nos activités futures non seulement à court terme, mais aussi à long terme. L'approche de Scalefactory était parfaite. Ils se concentrent sur les solutions et suivent avec des actions et résultats. »

