

Optimiser les coûts en changeant de stratégie

IBM

Software Group



Bienvenue à notre podcast consacré aux possibilités d'optimiser les coûts par le biais de nouvelles stratégies. Manuela Kerker s'entretient aujourd'hui avec Alain Gut, directeur de Software Group pour la Suisse et l'Autriche.

Manuela Kerker: „Monsieur Gut, pouvez-vous nous dire quelques mots sur vous-même ainsi que sur votre activité au sein d'IBM?“

Alain Gut: „Très volontiers. J'évolue depuis plus de vingt ans dans l'informatique où j'ai d'abord été dans la peau du client, dans le domaine IT mais aussi au niveau opérationnel. Après cela, je me suis retrouvé l'autre moitié du temps du côté des prestataires, plus précisément dans le cadre des technologies, des matériels, des logiciels et des services. Depuis mai 2009, je suis responsable des activités Logiciels en Suisse et en Autriche.“

Manuela Kerker: „IBM entend contribuer au développement d'un monde plus éclairé en promouvant une planète plus intelligente. Dans quelle mesure cette initiative s'avère-t-elle difficile à poursuivre dans une situation économique telle qu'on la connaît actuellement?“

Alain Gut: „Il est vrai que les problèmes ne manquent pas avec la crise financière, les bouleversements climatiques, la pénurie d'énergie et les goulots d'étranglements qui s'ensuivent. Les événements ne cessent de nous rappeler que tout est plus lié que jamais, sur le plan économique, social et technique. Si une crise apparaît à n'importe quel point du globe, elle a des répercussions dans le reste du monde en l'espace de quelques jours si ce n'est quelques heures. Or, ces grands défis sont aussi une chance, et le moment est venu d'aller de l'avant. Le monde entier est prêt à changer, et ceci est également valable pour les mécanismes fondamentaux désormais eux aussi déterminés

par une nouvelle intelligence, sans compter que la technologie y afférente est d'ores et déjà disponible à des coûts accessibles. Les chocs auxquels maints systèmes ont été exposés par le passé montrent que les démarches adoptées jusqu'ici ne s'inscrivaient pas suffisamment dans la durée. Chez IBM, nous avons donc initié le dialogue à ce propos car nous considérons qu'il est plus que temps de procéder à ces changements pour un monde meilleur. L'initiative pour une planète plus intelligente nous permettra d'apporter rapidement et de façon flexible une contribution durable lorsqu'il y ira des investissements dans l'avenir.“

Manuela Kerker: „Dans la situation économique actuelle, les entreprises en présence se trouvent en outre confrontées à une pression toujours plus importante sur les coûts, sans oublier les cycles de vie des produits plus courts et une croissance plus lente sur les marchés traditionnels. Comment réagir dès lors dans ce contexte d'affaires pour le moins délicat, quels sont les facteurs principaux du succès entrepreneurial, et quels avantages concurrentiels peut-on ainsi obtenir?“

Alain Gut: „Le contexte économique du moment fait qu'il est très difficile de réagir comme il se doit, mais les entreprises suffisamment agiles peuvent justement profiter de cette situation. IBM a ainsi elle-même tiré son épingle du jeu en édictant quatre objectifs stratégiques. D'une part, nous nous sommes concentrés sur les segments de clientèle où nous étions à même de proposer des produits de très haute valeur, et nous avons également établi de nouvelles offres dans le secteur des services. Un deuxième point important a été lié à la décision d'investir dans de nouveaux marchés et de profiter ainsi d'une croissance mondiale. Une troisième option stratégique a été de s'employer à intégrer l'entreprise à l'échelle internationale et à imprimer des décisions profondes au niveau de la structure organisationnelle. Enfin, le dernier point, extrêmement important, consiste à mettre en place un système de valeurs commun au sein de l'entreprise tout en y incorporant un système adapté de gestion des performances.“

Manuela Kerker: „A quelles conditions les entreprises multinationales doivent-elles satisfaire pour répondre à ces défis?“

Alain Gut: „Tous les cadres et responsables évoluant dans le monde actuel devraient intégrer deux enseignements clés, à commencer par une approche toute de flexibilité et d’agilité. Je crois que cette flexibilité doit être applicable à toute l’entreprise car c’est là une condition sine qua non de croissance et d’efficacité. A l’échelle des produits, la chose implique que les entreprises doivent se tourner de plus en plus vers des offres génératrices d’une valeur ajoutée pour le client. D’un point de vue entrepreneurial, il s’agit en revanche de maîtriser les structures de coûts et de se concentrer sur la création de valeur pour le client tout en éliminant autant que faire se peut les coûts qui ne sont pas directement liés à ce dernier. Ces dernières années, depuis la fin de la crise des « dot.com », les décideurs ont constaté qu’un grand nombre d’indications, de données et d’informations étaient disponibles dans tous les secteurs et que les décisions pouvaient être prises aujourd’hui beaucoup plus rapidement que naguère à condition de savoir manier correctement ces informations. Si on est capable de les analyser de façon adéquate, on est alors à même de s’adapter de manière optimale, de réagir en souplesse face aux marchés tout en déployant une stratégie ad hoc. Il ne suffit pas de changer uniquement la tête d’une entreprise, il convient au contraire de soumettre l’ensemble de l’organisation à une transformation en bonne et due forme.“

Manuela Kerker: „Dans quelle mesure les solutions informatiques d’IBM peuvent-elles contribuer au succès des entreprises?“

Alain Gut: „Les spécialistes IBM travaillent en étroite collaboration avec leurs clients. Nous exploitons nos connaissances d’affaires, nous encourageons la recherche et le développement tout en mettant au point des technologies assurant de nets avantages dans un contexte où tout évolue très rapidement. Cette approche intégrée nous permet de très vite mettre en œuvre des stratégies efficaces, dans le monde entier et dans les secteurs les plus divers. Le modèle IBM est conçu de manière à favoriser le succès des clients, à rendre plus novatrice, plus efficace et plus compétitive la valeur ajoutée qui leur est propre. La démarche renforce considérablement l’offre du client dans le domaine de la technologie grâce notamment à un support important à ce niveau. Qu’il s’agisse de services, de logiciels, de matériels ou justement de prestations de recherche et de développement, les différentes possibilités offertes par IBM habilite nos clients à

proposer des solutions encore meilleures.“

Manuela Kerker: „Monsieur Gut, merci infiniment pour ces propos des plus intéressants.“



© Copyright IBM Corporation 2010. Tous droits réservés.

IBM et le logo IBM sont des marques déposées d'International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et dans d'autres pays.

Les marques d'autres entreprises sont reconnues. Les dispositions contractuelles et les tarifs sont disponibles auprès d'IBM et de ses partenaires commerciaux. Les informations concernant les produits sont celles valables lors de la mise sous presse. L'objet et l'étendue des prestations sont déterminés individuellement dans chaque contrat. Le présent document n'a été publié qu'à des fins d'information générale.