

Imprim' Luxe® Newsletter

n° 20

MARS 2017

EDITO

ET SI ON SE REGARDAIT LE NOMBRIL ?

“ Changez la manière dont
le monde vous voit ”

Cette promesse, c'est celle que fait la grande entreprise chinoise Huawei à quelques jours de la présentation de ses nouveaux smartphones haut de gamme. Une approche qui donne à réfléchir : n'avons-nous pas quelque chose à en apprendre ? Au moment où le monde évolue à vitesse grand V, où l'impossible devient parfois ... possible, ne doit-on pas s'interroger ? Quelle image envoyons-nous à nos prospects ? Quel regard nos clients portent-ils sur nous ? Le savons-nous au moins ? Convaincus de nos compétences, certains de nos savoir-faire, nous oublions parfois de revenir aux fondamentaux.

Et pourtant, plus que d'acheter simplement des produits imprimés, nos clients viennent majoritairement nous acheter de la relation. De la confiance, des idées, de la proximité, ...de la sérénité.

En avons-nous conscience ? Sommes-nous à la hauteur ? Il est temps de nous poser la question avant qu'un jour peut être, comme dans d'autres secteurs, de nouveaux entrants changent brutalement les règles du jeu.

Pierre Ballet
Président d'Imprim' Luxe



comme vision

PRENDRE AUX START-UP CE QU'ELLES ONT DE MIEUX

De passage à Paris, Loïc Le Meur, entrepreneur français expatrié depuis 10 ans dans la Silicon Valley, expliquait récemment comment les start-ups engendrent presque naturellement de la croissance. Quelques idées dont chacun peut s'inspirer avantagement...

PENSER AGILE

Retrouver un "beginners mind" (mental d'étudiant) est capital pour continuer d'avancer. Se poser des questions simples, ouvrir les yeux sur ce qui se passe autour de soi (benchmark) permet de rester agile et d'envisager des solutions nouvelles.

FAIRE LE MÉNAGE

Éliminer ce qui n'est pas essentiel. Apprendre à se concentrer sur une seule chose, celle qui apporte de la valeur. Rester en éveil, et garder ce désir de toujours apprendre. En oubliant ce qu'on sait déjà.

BOUSCULER SON ENVIRONNEMENT

...pour optimiser sa créativité. Sortir du cadre, de son cadre. Lâcher la cantine pour partir marcher le nez au vent en mode "imprégnation", et regarder, écouter, échanger.

MISER SUR LA VITESSE

La réactivité est un must ; savoir changer son fusil d'épaule en quelques jours pour s'adapter à une demande non prévue est primordial. Une gymnastique intellectuelle et technique qui conduit aussi à être proactif.

COMPRENDRE QUE « COPIER N'EST PLUS INTERDIT »

Aujourd'hui, il n'est plus étonnant de voir le boss de Facebook assis à côté de celui de Snapchat.... Le premier assume complètement le fait d'avoir copié l'autre : « *c'est peut être illégal mais c'est désormais la tendance : on s'inspire pour mieux rebondir. Et tout le monde en profite* »

S'INTÉRESSER AUX TENDANCES DE FOND

Comprendre les millennials, cette génération qui est en train de prendre le relais, qui aime les belles choses, intelligentes "friendly", qui prône une simplicité exigeante. Mais qui ne veut plus être propriétaire de rien...

N

comme
news

UNE CHAIRE MADE IN FRANCE À L'IPAG

L'IPAG Business School a créé une chaire axée sur le « produit en France ». Lieu d'échanges et d'idées, la chaire se décline autour d'approches mêlant recherche et communication; elle permet de faire connaître les bonnes pratiques des entreprises impliquées dans le made in France et le « vécu » de leurs expériences. Un Observatoire apporte un regard sur la place du « fabriqué en France » dans une dizaine de filières stratégiques. Comme l'explique le responsable de la chaire, « le made in France s'appuie sur une exigence de qualité; chacun doit s'en saisir pour se distinguer sur le marché intérieur mais surtout à l'international avec une approche offensive et non défensive »

ÉVÈNEMENTS À VENIR

DÎNER ET VISITES

Notre prochain « **dîner-débat** » se tiendra
le **mercredi 29 mars** à
l'Automobile Club de France,
place de la Concorde, à partir de 20 h.
Nous aurons l'honneur et le plaisir d'y accueillir
Coralie de Fontenay,
Directrice Générale de Cartier,
Michel Guten,
ancien Vice-Président
de la même Maison,
ainsi que des représentants
de la direction des achats.

Thème de la soirée :

« *la relation-client chez Cartier* ».

Un sujet judicieux dans le contexte actuel de
dématérialisation de la relation commerciale.

Le reste de l'année sera ponctué
d'autres événements (dates à confirmer) :

- **Mai** : visite de l'imprimerie UGEPA
(leader dans l'impression de papiers-peints)
- **Fin juin**, début juillet : visite chez un partenaire
- **Septembre** : visite de l'imprimerie Billet
(leader dans l'impression d'étiquettes)
- **Décembre** : « Imprim'Luxe à la
Rencontre des donateurs d'ordres » :
journée d'échanges et d'exposition
de vos savoir-faire à l'Hôtel
de l'Industrie de Paris.

