

| <i>DIRE CE QUE L'ON VEUT, DIRE CE QUE L'ON FAIT, FAIRE CE QUE L'ON DIT</i> |  |   |
|--|--|---|
| <b>MAQ</b><br>Management Qualitatif  | <b>MANUEL DE<br/>MANAGEMENT QUALITATIF</b> | numéro : 06.31<br>version : 1<br>date : 10/2010<br>page : 01/01 |
| Procédure  | <i>L'offre créatrice</i>                   |   |

L'offre créatrice consiste à inventer une nouvelle offre qu'aucun client n'avait imaginé. C'est la démarche la plus difficile, car elle demande beaucoup de réflexion. Elle offre le plus de perspectives de bénéfices pour l'entreprise.

Pour un marché, on parle couramment d'équilibre entre l'offre et la demande. Cela est vrai pour des produits arrivés à maturité. Il y a une demande, des appels d'offre; et on répond à la demande avec un devis. Nous savons qu'il est impossible de faire la différence dans un appel d'offre précis, sauf par le prix. Il est donc impossible de gagner de l'argent en répondant à un appel d'offre. On peut, au mieux, survivre.

L'offre créatrice consiste à répondre à une demande latente, que le client n'a pas encore identifié clairement, et les concurrents non plus ! Il en est ainsi de la démarche TCE. Peu de clients sont venus voir un constructeur métallique, en lui demandant une offre TCE. Pour ce type de demande, ils vont vers une entreprise générale. Nos concurrents, ne ressentant pas de demande, n'ont pas mis en place d'offre. Et c'est ainsi que nous pouvons faire la vraie différence, celle qui ne se fait pas par le prix, et faire plus de bénéfices.

Dans les métiers du numérique, les exemples d'offre créatrice sont nombreux :  
Le moteur de recherche internet avec GOOGLE  
L'assistant digital numérique par RIM ( BLACKBERRY )  
L'I-pad et l'I-phone par APPLE

Sans le savoir, avec les offres COMPAC et TCE nous avons eu une démarche d'offre créatrice. Nous sommes l'un des rares constructeurs métalliques à l'avoir fait.

Pour l'avenir de nos bénéfices, donc celui de notre entreprise, nous devons créer les offres de demain qui jaillissent d'une démarche de créativité, pour aboutir à de la création de valeur pour notre entreprise.

Gérard GEORGEAULT

« Rien n'existe, tout devient. »

HEGEL