

# Oui, nous serons les stars du growth hacking disruptif !



Par Jean-Marc GANDY, auteur d'ouvrages pratiques  
pour les entreprises et gérant de Novasun

*La critique est toujours facile mais franchement nous atteignons en ce moment des records en matière de langage fumeux au travail. Lançons-nous à notre tour dans l'exercice de la Novlangue (terme tiré du célèbre roman "1984" de Georges Orwell). Voici notre petit "speech" qui galvanisera bien sûr nos équipes...*

**Fier de vous ! Et hâte de vous présenter ma keynote relative au Market Strategic Framework qui nous challengera pour les deux ans à venir !**

D'abord merci à tous pour votre participation proactive à ce kick-off meeting qui rassemble nos différentes task forces. Je vous shooterai ultérieurement les slides de ma prez, ceci en attendant notre road book plus complet.

Bien, comme vous l'avez tous notés sur l'infographie que je vous affiche sur notre touch screen, nous entrons dans l'ère de l'Expectation Economy. Ce qui tombe à pic car notre entreprise vise une croissance inclusive. **Nous devons donc prendre en compte le momentum propice afin de pivoter pour assurer notre propre résilience.**

Nous devons rester mainstream et bankable avec un fort success rate en ligne de mire. Notre deadline est donc établie à horizon deux ans. Oui, j'ai l'immense fierté de vous affirmer que nous allons faire bouger les lignes ! **We must think out of the box ! Tel sera désormais notre mindset à nous, les plus purs représentants de la French Tech, à nous les warriors de la Startup Nation !**

Et en effet, je suis plus qu'heureux de pouvoir vous pitcher le draft de notre corporate baseline. **Il nous faudra apprendre à devenir positivement disruptifs dans le cadre de notre Blue Ocean Strategy.** Nous devons par conséquent éliminer tous nos gènes-routines. L'ADN (Acide DésoxyriboNucléique) de notre métier en sera donc profondément impacté afin de renforcer notre Time to Market et notre sérenpidité. **Ce qui va nous permettre de véritablement scaler notre business model.** C'est aussi à ce prix que nous serons dans la boucle, en catégorie Master Class.

Le nouveau visage de nos activités de Market Place et de Retail en mode valuable product, comme vous pouvez le voir sur nos slides, **sera data-driven et customer centric.** Nous devons réenchanter nos clients. Par conséquent cette expérience client, bien évidemment co-construite après un solide feedback, **sera au cœur de notre transformation digitale.**

Notre storytelling devra permettre de nous identifier comme de véritables designers d'émotions. **Cela fait sens en termes de strategic alignment.** Nous serons évidemment amenés à développer un écosystème apprenant dans une logique de startupper et même, n'ayons pas peur

des mots, de future licorne. Ainsi l'avenir n'appartient pas uniquement aux GAFAM.

**Notre positionnement webmarketing 7.0 sera donc shooté aux analytics avec une dose de KPI (Key Performance Indicators) que nos systèmes d'IT (Information Technology) en mode AI (Artificial Intelligence) pourront analyser en temps réel.** Il s'agit d'une première étape vers le global datamining.

Il va de soi que notre trend orienté "Social Listening" évitera d'enfermer nos leads B2B et B2C dans des bulles sémantiques. Comme le disent si bien nos cousins anglo-saxons, "content is fuel". Nous surferons donc sur les profits du user generated content.

Il sera plus que logique de targeter nos posts avec un reach so amazing pour obtenir des leads en inbound. **Cependant, nous privilégierons l'engagement au reach en nous assurant de la haute délivrabilité de nos incentives.** Des buyer personas seront créés pour affiner notre consumer insight. Nous checkerons en continu leur pertinence en exploitant les métriques issues du neuromarketing et des neurosciences.

**Il est évident que nos Keys Account Managers, nos Business Development Managers et nos Sales Managers seront placés en frontline** pour donner un coup de boost à tout le réseau grâce à des leviers ad hoc.

Nos process agiles nous permettront ainsi de développer, en mode UX, **une approche holistique et itérative de type "bottom up"** alors que nos challengers, les pauvres, seront condamnés au "top down".

La messe est dite : il nous reste donc plus qu'à passer notre growth engine en mode setup.

**Et maintenant, comment tout ceci matchera-t-il avec notre gouvernance RH ?**

Soyons tous focus sur le fait que **nous allons surperformer et devenir un véritable incubateur de talents !** Ceci grâce à un changement radical de paradigme qui privilégiera l'intelligence du collectif et du collaboratif. Le knowledge management constituera la voie applicative du Customer Empowerment que nous visons tous ici.

**Nous allons donc déployer notre Marque Employeur sous l'égide d'Océane, notre CRH, Coordinatrice des Richesses Humaines, upgradée à compter de ce jour au titre de Human Capital Asset Manager.**

**Tout d'abord nous nous engageons dans une démarche volontariste de GPPPPPEC** (Gestion Prévisionnelle, Préventive, Personnalisée, Partagée et Performative des Emplois et Compétences). Ce sera désormais notre punch line !

**Notre RPO, Recruitment Process Outsourcing,** largement benchmarké sur l'extérieur, s'appuiera sur les compétences de notre futur Assessment Center. Le process digital sera privilégié sans pour autant négliger le mode "face to face". Ce qui ne sera nullement confusant. **Nous focaliserons aussi sur l'onboarding de nos nouveaux collaborateurs et slashers.** Lesquels seront particulièrement mis en valeurs lors de nos prochains bootcamps.

Comme vous le savez déjà tous, notre workflow prendra notamment en compte la lutte contre les bullshit jobs ainsi que la conduite du changement dans le cadre d'un management impactant et stimulant fondé sur une approche par les nudges. **Nous privilégions désormais le leadership bienveillant et équitable afin d'accompagner la performance individuelle et collective.** Les softs skills seront les value makers de notre futur. La création d'une fonction support de CHO (Chief Happiness Officer) vient également d'être validée par notre Executive Board.

Notre stratégie de prévention des RPS, Risques Psycho-Sociaux, **via une orientation "Team Building"**, nous permettra d'éviter ces maux qui frappent nos challengers, j'ai nommé : burn out, bore out, brown out. Ah oui, j'allais oublier le blur out et le joke out. De plus, nos coachs internes vous initieront aux fondamentaux de l'Altruistic Open Mindfulness. **Oui, je vous l'affirme avec force, la QVT, Qualité de Vie au Travail, sera notre véritable levier de performance !**

Nos HP (High Potentials) devront accroître leur personal branding en s'appuyant sur notre Training Adaptative Program qui offrira des Learning Graduations en mode open online telles que les MOOC, les COOC, les SPOC, les SOOC, les serious games. **Cette offre de formations en version "ludification interactive" et "réalité virtuelle augmentée" sera bien sûr accessible ATAWAD (Anywhere, Any Time, Any Device) et visera le lifelong learning.**

Nous allons justement intégrer ces pratiques pour former nos nouveaux Agile Scrum Masters qui pourront ainsi parfaire leur maîtrise des sprints.

Enfin, notre démarche RSE, Responsabilité Sociétale et Environnementale, montrera aux yeux de tous notre volonté d'être likés comme "The workplace to be". **Tout cela parce que le monde bouge ! Tout cela aussi pour faire de notre monde un meilleur endroit !** Dans notre logique de growth hacking, nous postulerons d'ailleurs aux prochains Awards de la Best European Business Intelligence.

**Je vais maintenant rebondir sur les dernières Breaking News** : nos traditionnels staff meetings sont désormais remplacés par des standup meetings et par du co-walking. Ce qui favorisera aussi notre désilotage et nous conduira à des pratiques de full co-working **avec l'espoir de favoriser l'émergence de processus séquentiels d'innovation incrémentale.**

Il ne me reste plus qu'à souhaiter une très belle journée à toute notre brillantissime Team. **Car c'est grâce à vous tous que nous sommes Top of the line.** Et dont' forget notre petit afterwork jeudi soir chez Mimile et Lulu, au tout nouveau concept Bistrot Escape Game. Ne switchez surtout pas et pensez à forwarder pour les absents !

***Tonnerre d'applaudissements, of course...***

#### **Quelques précisions pour nos lecteurs**

- Comme il se doit, toute ressemblance avec des situations réelles ne saurait être bien sûr que fortuite.
- Comme il se doit, l'auteur de ces lignes est loin d'être lui-même irréprochable. Plus d'une fois, dans ma vie professionnelle, on m'a demandé ce que je voulais dire en employant telle ou telle expression "branchée"...
- Un grand merci aux contributeurs qui, suite à la première publication le 02/10/18 sur LinkedIn, m'ont fourni (volontairement ou non) de nouveaux éléments pour enrichir ce petit discours so "trendy frenchouillard".
- Le mot de la fin sera réservé à Nicolas Boileau (1636 - 1711). Cet auteur est moins lu et enseigné qu'il y a une ou deux décennies. Néanmoins l'une de ses maximes reste bien connue :

***"Selon que notre idée est plus ou moins obscure,  
L'expression la suit, ou moins nette, ou plus pure.  
Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement,  
Et les mots pour le dire arrivent aisément."***