



MEETINGS
& EVENTS

Conduite du Changement & Venue Finding

SOMMAIRE

I. Définitions & Usages

II. Un changement inéluctable ?

III. Prérequis & Préparation

IV. Outils « conduite du changement »

V. Retours d'expérience

I. Définitions & Usages

1.1 Pourquoi cet Atelier ?

- Souligner l'absence de solution universelle
- Chaque entreprise doit affiner la méthode selon son identité
- Apporter une visibilité sur les Best Practice /
écueils à éviter / retour d'expériences



I. Définitions & Usages

1.2 La conduite du changement



I. Définitions & Usages

1.3 MICE

“**MEETING**” est une réunion pouvant varier en taille et en durée selon le nombre de participants. Peut être interne ou externe à l’entreprise.

“**INCENTIVE**” correspond à la création d’outils destinés à motiver des personnes pour améliorer leurs résultats en offrant une récompense en échange.

“**CONVENTION**” consiste à rassembler un public interne ou externe pour motiver, stimuler, fédérer, convaincre, faire adhérer. Il s’agit généralement de présenter des objectifs en délivrant un discours unilatéral.

“**EXHIBITION**” est une manifestation regroupant des professionnels sur un lieu d’exposition généralement dénommé en France foire ou salon.

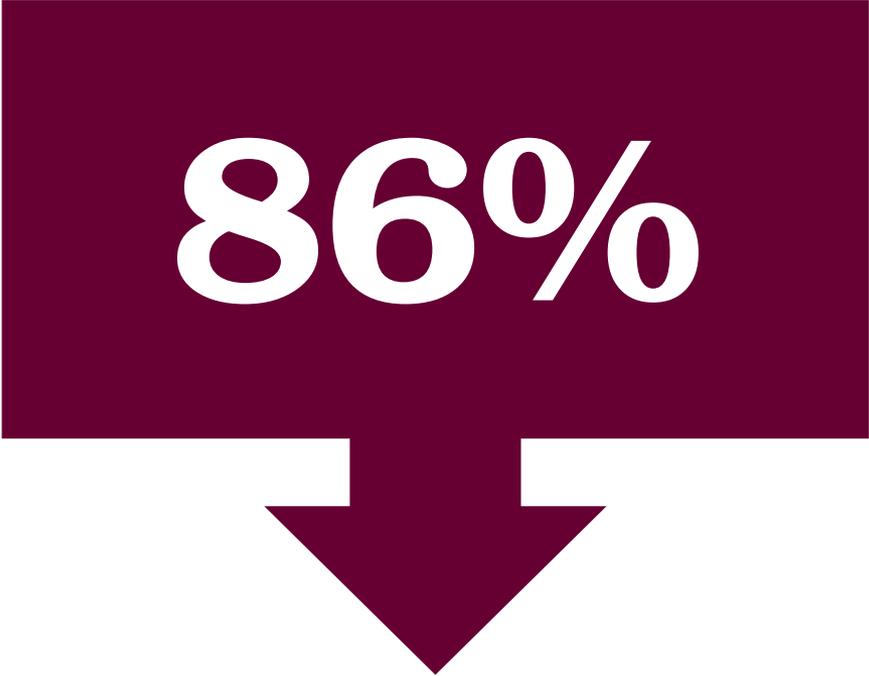
Le Venue Finding adapté aux Meetings & Conventions

I. Définitions & Usages

1.4 Le Venue Finding

	Pure Venue Finding	Venue Finding	Venue Serving	Mode Projet
Recherche de lieux	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Envoi du / des devis	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Confirmation et Acompte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Organisation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Facturation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

II. Un changement inéluctable ?



86%

Des chefs d'entreprises sont convaincus
de la nécessité d'un changement

Chiffres institut CSA 2013

II. Un changement inéluctable ?

2.1 Intervention des services Achats

Efforts + Contrôles multipliés dans toutes les familles d'achat

- Résultantes de tensions accrues sur les marges des entreprises
 - Maturité marquée des Achats :
Achats directs => Achats Indirects
 - Maitriser toutes dépenses de l'entreprise est sinequanon
- ➡ Meetings & Conventions sont ciblés !

II. Un changement inéluctable ?

2.2 Radicalisation des ERP

La rigidité des ERP impose une rationalisation des règlements et de la gestion fournisseurs

- 90 % des grandes entreprises sont équipées d'un ERP
- Les Process liés aux bons de commandes sont plus rigides
- Les ERP complexifient le recours aux acomptes

2.3 Le Cout global fournisseur est élevé

Nombreux couts cachés complexes à quantifier

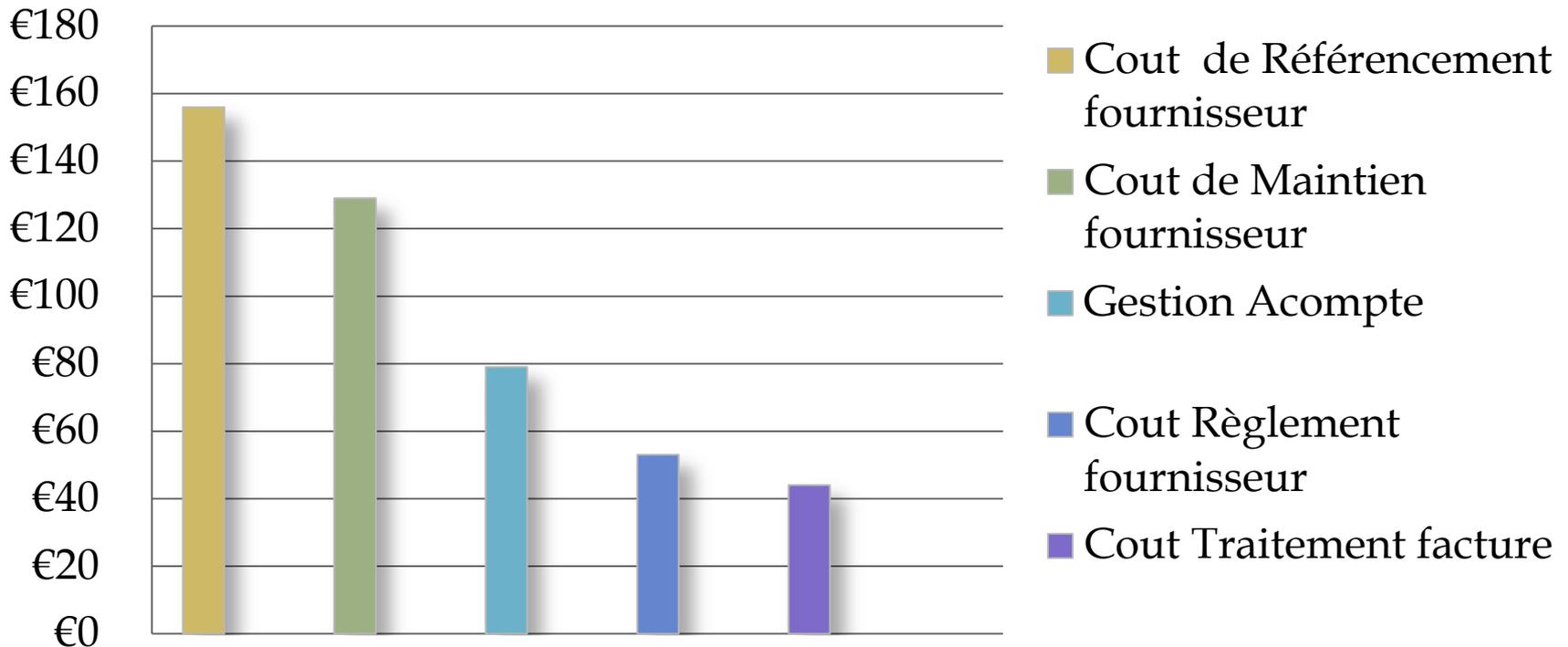
- Coût de référencement d'un fournisseur / maintien fournisseur
- Coût direct de règlement des acomptes, du solde fournisseur
- Coût direct de traitement d'une facture fournisseur

II. Un changement inéluctable ?

Focus sur le TCO (Total cost of ownership)

« Du référencement fournisseur à la facture traitée »

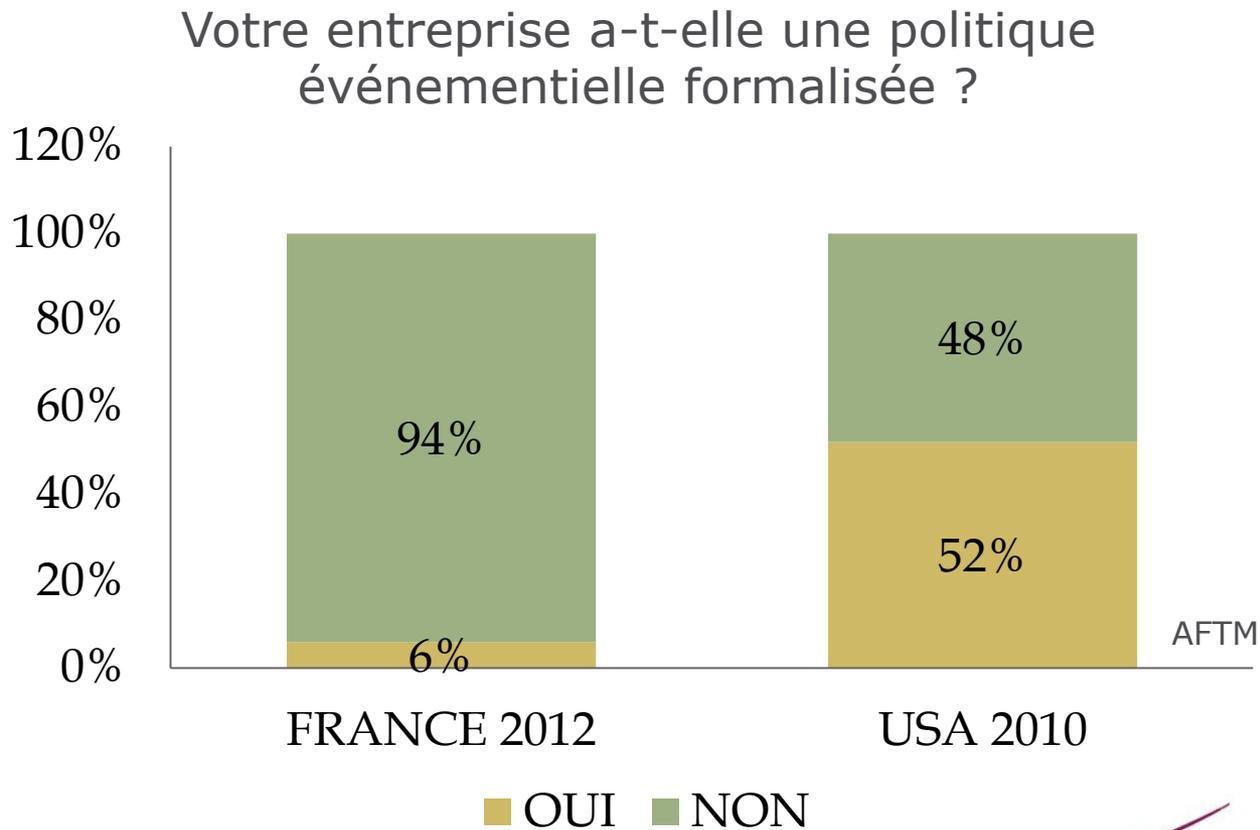
Coûts cachés Administratifs



Etude réalisée par Ideal Gourmet en 2013
(40 entreprises de plus de 1000 personnes)

II. Un changement inéluctable ?

2.4 Formaliser une politique MICE s'avère indispensable



II. Un changement inéluctable ?

2.5 Pression sur les RH 1/2

Les ressources internes s'amenuisent

- De moins en moins d'assistantes ou chargées de communication
- Ces donneurs d'ordre ont peu de temps à consacrer aux recherches et négociations et n'ont plus les qualifications requises
- ➔ Outsourcing car l'Entreprise se concentre sur son core business

II. Un changement inéluctable ?

2.6 Le marché français : Un Environnement Fournisseurs Atypique

- Un marché hôtelier français hyper atomisé :
L'hôtellerie indépendante est très majoritaire :
83 % des hôtels (2014) (source coachomnium)
- Yield Management : limite les tarifs négociés à l'année
- Des intermédiaires aux business modèles différents
- Accès à l'information non centralisé :
contrairement au GDS (Global Distribution System)
dans l'hôtellerie individuelle

II. Un changement inéluctable ?

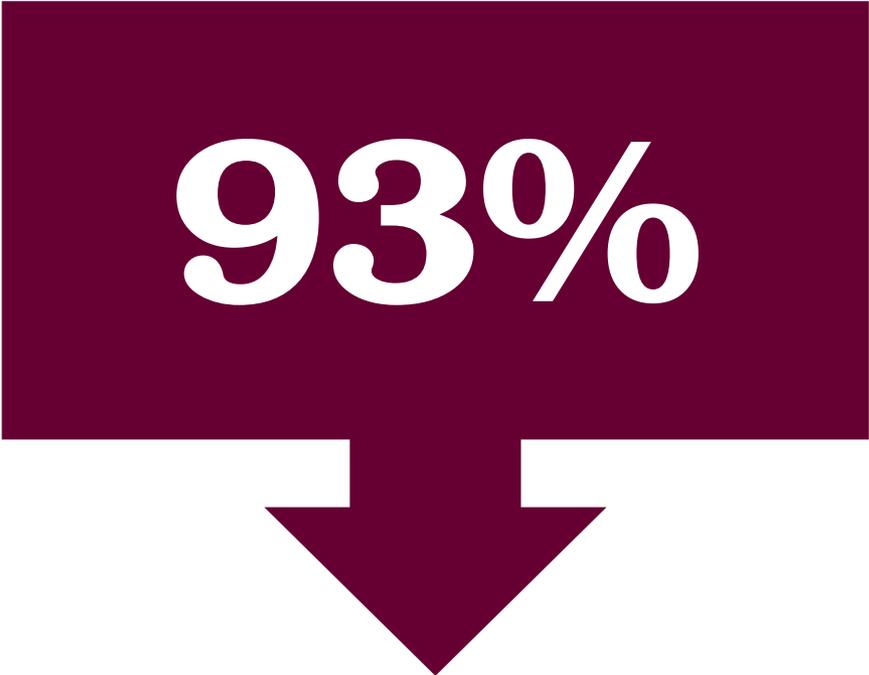
Dixit Francis Blanche

« Face au monde qui change, il vaut mieux penser le changement que changer le pansement »



Francis Blanche,
humoriste
1921-1974

III. Prérequis & Préparation



93%

Des chefs d'entreprises pensent que se faire accompagner dans le changement est positif

Chiffres institut CSA 2013

III. Prérequis & Préparation

3.1 Etat des lieux / Analyse de l'existant

- Identifier les donneurs d'ordres & prescripteurs
- Identifier les besoins par famille d'achat
- Les process en place
- Contraintes législatives, RSE, Culturelles
- Les données chiffrées
- Les problématiques

3.2 Choisir une solution appropriée

- Rassembler autour d'une task force dédiée décideurs et prescripteurs leader d'opinion
- S'aider des associations professionnelles pour déterminer les solutions / fournisseurs
- Dédier un Comité de Pilotage avec retroplanning et objectifs



III. Prérequis & Préparation

3.3 Se préparer à +/- 10% de réticents

Proactif	Passif	Opposants
 <p>Favorables au changement, ils se positionnent comme prescripteurs</p>	 <p>En attente de résultats probants, ils veulent être sécurisés</p>	 <p>Opposés au projet, ils avancent systématiquement des arguments CONTRE</p>
10%	80%	10%

Gérard Monpin 2008

III. Prérequis & Préparation

3.4 Obtenir l'adhésion des prescripteurs

CHANGEMENT

- Formaliser
- Soutien de la direction
- Communication & Formation

Adhésion des Prescripteurs

III. Prérequis & Préparation

3.5 Instaurer une « complicité » entre la ou les Agence(s) et les Achats

Une transparence et des objectifs communs

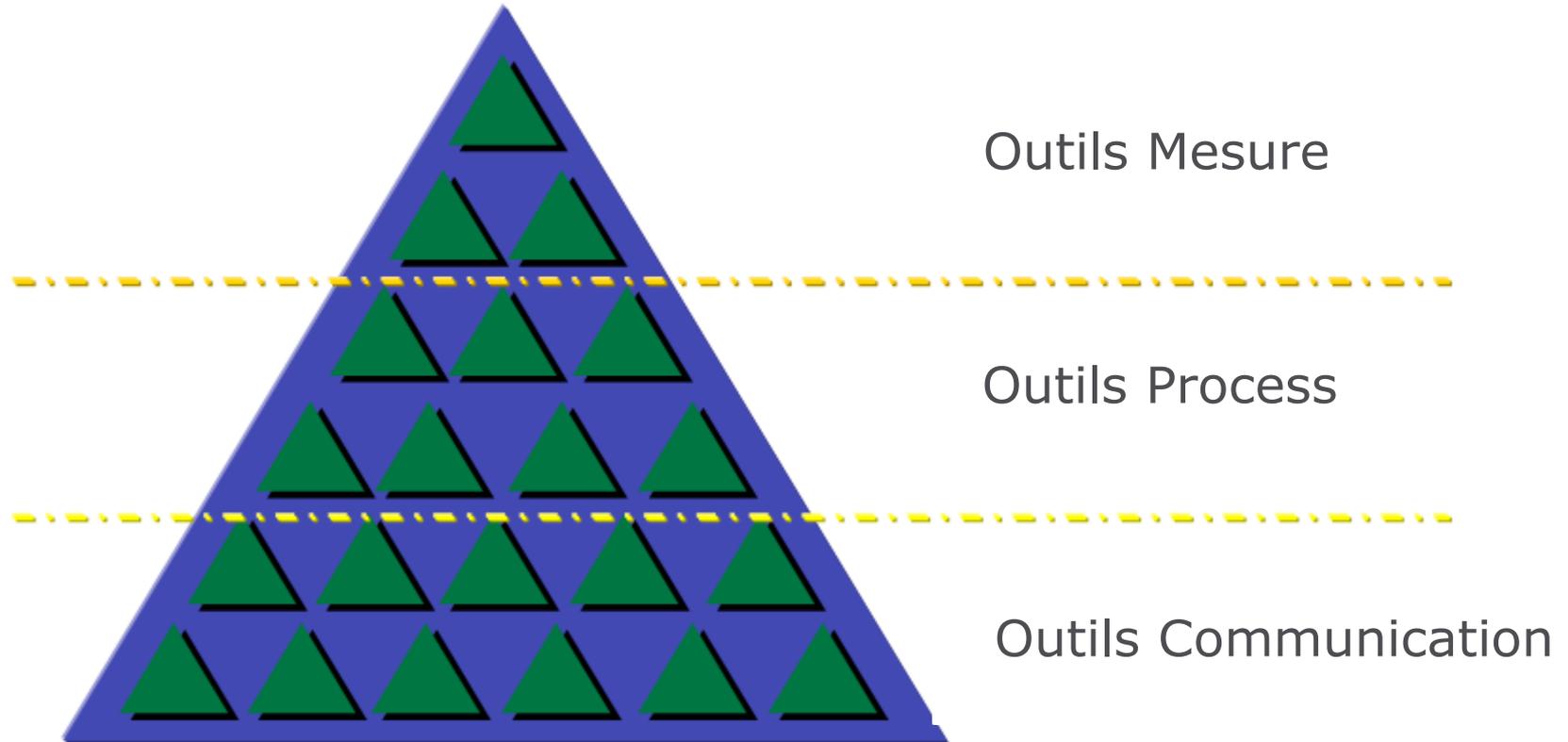
- Définir clairement la politique d'achat à appliquer
- Communiquer et arrêter des process précis
- Se donner des objectifs réalisables et quantifiables

Business Review régulières

- Analyse de la bonne application du changement
- Points sur les dysfonctionnements
- Recadrage des prescripteurs / de l'agence



IV. Outils « conduite du changement »



4.1 Outils de Communication 1/2

- Newsletters
- Communication via notes Internes / mails
- Réunions d'information
- Communication via intranet
- Communication via extranet
- Définir en interne des référents opérationnels



IV. Outils « conduite du changement »

4.1 Outils de Communication 2/2

Nouveaux Services

Agence de recherche de lieux pour l'organisation d'évènements

Ce projet s'inscrit dans la volonté de productivité et de simplification des procédures de « Nom Société » !

100% Services

- Gain de temps : recherche, sélection de lieux et négociation tarifaire/contractuelle
- Efficacité : un accompagnement tout au long de votre projet, si vous le souhaitez
- Gratuité du service : pas d'honoraires
- Facturation centralisée et simplifiée : 1 compte fournisseur / 1 bon de commande / 1 facture

Processus d'organisation des évènements

Création d'une demande de Budget Interne via le logiciel « nom logiciel ».

Une fois le budget interne **validé** :

Gestion en direct par le collaborateur auprès de l'Agence
Vous prenez contact avec l'Agence pour leur communiquer votre cahier des charges concernant l'organisation interne de séminaires, réunions de formation, journées d'étude, repas,...

L'Agence se charge de rechercher et sélectionner les lieux adaptés, et transmet à son contact « Nom Société » une description des offres (1 à 3 offres mini) ainsi que les devis négociés sous 48h/72h.

Le contact « Nom Société » confirme le lieu sélectionné auprès de l'Agence par mail (proforma signé et bon pour accord), et crée simultanément le bon de commande via « nom logiciel » (1 BDC au nom de l'Agence par évènement) :

IDEAL GOURMET Meetings & Events : n° xxxxxxxxxx
Code comptable : xxxxxxxx (xxxxxxx) ex 125897 (Hébergement)

Condition exclusives négociés par les achats :

- Pas d'acompte pour les évènements <10K€HT
- 50% d'acompte pour les évènements >10K€HT

Une fois le bon de commande transmis à l'Agence, celle-ci signe le contrat avec le lieu sélectionné.

Après chaque évènement, le contact « Nom Société » répond à l'enquête de satisfaction transmis par l'Agence.

ideol MEETINGS & EVENTS **VOTRE LOGO**

L'Agence sans frais d'Agence recommandée par votre service Achat !

Conseils & Recherche de lieux - Négociation des tarifs - Réservation - Logistique - Facturation

Événementiels Restaurants & Lieux  Restaurants Groupes et Banquets, Événementiels, Soirées d'entreprise, Soirées de Gala, Team Building, Roadshow...	Cabarets & Croisières Diners Spectacles & Croisières  Déjeuners et Diners croisières, Privatisation de bateaux et de cabarets, Diners spectacles, Journées d'études...	Séminaires Résidentiels & Réunions  Séminaires résidentiels, Réunions, Journées de formation, Présentations Clients, Codir, Forums, Conventions...	Traiteurs Plateaux - Cocktails - Salons  Livraisons Petit-Déjeuners, Plateaux repas, Cocktails, Buffets, Traiteur événementiel & Salon, Locations de salle + traiteur.
---	---	---	---

Votre Chef de Projet dédié :

 **Hema Radjassamy**
Ld 04 82 53 77 25
Gsm 06 67 47 21 28
hema@idealgourmet.fr

Des Avantages et Economies personnalisés à votre Entreprise :

- ✓ Frais d'Agence offerts
- ✓ Confirmation sans acompte (BdC/PO)
- ✓ Tarifs négociés garantis ≤ au tarif public
- ✓ Facturation centralisée = 1 seul fournisseur événement/ séminaire
- ✓ 10 000 Hôtels & Restaurants référencés sur toute la France

4.2 Outils Process

- Complexifier les commandes hors process
- Freiner création nouveaux fournisseurs
- Limiter les acomptes
- Rappels à l'ordre des prescripteurs par hiérarchie



4.3 Outil Mesure de la Performance

En quoi la mesure de la performance sert-elle la conduite du changement ?

Elle permet en interne de justifier le choix de l'acheteur

- Questionnaire de satisfaction
- Reporting Financier



V. Retours d'expérience

Outils	Agence Imposée (Mode Actif)	Agence Recommandée (Mode Passif)	Multi-Agences + Multi-Fournisseurs
Hiérarchie Appui du haut Management Appui de la hiérarchie Achats Communication sur la Politique Achat	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓
Communication Interne Intranet Extranet Workshop Emailing d'information Raisons motivant le choix (TCO) Retex Meilleurs Réalisations Directives memo Achats Newsletter Achats / TM Communication externe Informers les fournisseurs référencés de l'agence référente	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓
Process Complexifier les commandes hors process Freiner création nouveaux fournisseurs Limiter les acomptes Rappels à l'ordre des prescripteurs par la hiérarchie	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓	
Suivi Reporting Mesure de la Performance Coverage personnalisé Complicité Achat-Agence	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	
<ul style="list-style-type: none"> • Timing d'implantation • Taux d'Adoption 	6 mois – 1 an 80%	1 à 2 ans 50%	NA 10-30%

CONTACTEZ-NOUS



Tel : 01 45 72 07 14 / Fax : 01 45 72 22 15

Siège social : Ideal Gourmet 132 avenue de Villiers 75017 PARIS

SAS au capital de 500 000 € - RCS Paris B 451 809 453 00025 - NAF 526B- NII FR 354 518094 53

