

La démarche de la coopération qui amène une vision coopérative, mythe ou réalité !

UN EXEMPLE QUI ILLUSTRE UN DEBUT DE REPONSE A CES QUESTIONS : Il y a déjà quelques années le cirque du soleil a décidé de concilier l'émotion et le divertissement du cirque avec raffinement intellectuel et artistique du théâtre. Il a créé un nouvel espace sur le marché et a inventé une nouvelle forme de spectacle qui se démarque nettement du cirque et du théâtre traditionnel en crise. Parallèlement, l'exclusion de plusieurs des éléments les plus onéreux du cirque classique lui a permis de compresser ces coûts tout en se différenciant. Le cirque du soleil a pu catapulte le secteur du cirque dans une autre dimension tout en attirant un public adulte de masse en pleine période de crise du secteur. Il a réussi avec une autre approche marketing stratégique que je nomme coopération à apporter une vision coopérative à chacun en trouvant un équilibre en termes :

- De valeur ajoutée entreprise, fournisseur, concepteurs, salariés, etc...
- D'utilité, besoins des acheteurs, consommateurs et évolution de l'environnement, etc...

Le défi que doivent relever les politiques et les acteurs du lobbying, n'est-il pas de faire basculer l'économie d'un mode de compétition à un mode aussi de coopération (vision coopérative) à une échelle nationale ou européenne.

LES BASES DE LA COOPERATION AMENANT UNE VISION COOPERATIVE ?

Comme expliqué ci-dessus les alternatives plus adaptées à certaines entreprises et leur marché, existent et ont fait leurs preuves. L'approche novatrice comme la coopération amenant une vision coopérative, que je nomme plus globalement le consulting coopératif, se résume en trois axes.

- ✓ Sortir de l'hyper-concurrence, abandonner l'arbitrage entre différenciation ou domination par les coûts, innover utilement et savoir sur quels critères vous focalisez et créez votre place sur le marché.
- ✓ Explorer les solutions alternatives de décalage (offres décalées où chacun y gagne, offres plus utiles mutuellement, produits/services complémentaires, etc..) ainsi que des idées simples et peu coûteuses tout en minimisant les risques.
- ✓ Obtenir l'aide de vos collaborateurs (cadres et salariés) et manager le changement, c'est à dire repenser l'approche globale (concepteurs, entreprises, salariés, managers, acheteurs, consommateurs et autres..).

CONCLUSION : Faut-il suivre uniquement les tendances, les inventer ou oser autrement ?

Ce qui donne dans mon offre de service :

- **Formation :** D'autres pratiques pédagogiques : Lors de chaque intervention, former à l'assertivité, générer du développement personnel, et utiliser les outils du coaching, plus...!! De l'innovation utile en lien avec les tendances.
- **Consulting :** Utiliser les outils de la coopération dans le conseil stratégique afin de faciliter l'exploration de nouvelles idées et solutions, tout en minimisant les risques.

Contact et Coordonnées : Serge Renard www.coopetitif.fr