



La fontaine
Samuel Azuelos, 1998



«Collaborative Business Experience»

l'expérience d'une véritable coopération client/fournisseur

Parce qu'en ces temps erratiques de recomposition des marchés rien ne compte plus que les primes valeurs, le groupe **Capgemini** a interrogé et écouté ses plus grands comme ses plus modestes clients pour qu'ils lui expriment leurs attentes nouvelles en matière de conseil et de services. Et qu'ils décrivent leur perception de ce qui – sur le terrain – représente le point fort de **Capgemini** vis-à-vis de ses concurrents.

Qualité du travail et de la relation client

La qualité du travail fourni, la qualité de la relation de travail établie et l'esprit de collaboration avec le client constituent à leurs yeux le principal différenciant du Groupe. Une valeur unique, précieuse parce qu'avant tout «culturelle».

Les entreprises clientes y sont d'autant plus sensibles qu'en quelques mois leurs attentes se sont déplacées, tant du point de vue des services demandés que des bénéfices attendus : la profondeur de la relation avec le client comme la nature de l'engagement à ses côtés se révèlent être de puissants leviers de réussite des projets et de satisfaction.

Un concept, une marque, un engagement mutuel

C'est pour aller plus loin dans la formalisation — dans la systématisation — de cette recherche commune de satisfaction que **Capgemini** crée la *Collaborative Business Experience*, défini comme un mode de travail basé sur la coopération et l'échange avec le client.

Il s'agit là d'une relation partenariale, entre le prestataire et le client, basée sur quatre points fondamentaux :

- **La détermination commune préalable des objectifs** que le client veut atteindre au travers de son projet (valeurs, données quantifiables et qualifiables, métriques, procédures d'évaluation, etc.).
- **L'identification et l'évaluation des risques** inhérents au projet doivent être réalisées en amont de la collaboration. Et des plans d'action visant à les maîtriser, impliquant prestataire et client, sont élaborés et adjoints au contrat.
- **L'enrichissement en compétences des équipes clientes** contribue, au-delà du projet à stabiliser l'exploitation de la solution et à maximiser la où les valeurs qu'elle apporte à l'entreprise ; modalités et nature du transfert de compétences sont précisées préalablement entre les parties.
- **L'alignement de l'ensemble de l'entreprise et de son organisation technologique autour du projet stratégique** avec pour objectif avoué la coordination et la collaboration de l'intégralité des employés autour d'une cause commune : le succès.



Cette approche partenariale a pour avantage d'être modulaire : en fonction de ses priorités, le client retiendra l'un, l'autre ou les quatre engagements possibles. L'envie de parfaire la relation client restant, pour **Capgemini** et quoi qu'il en soit, pleine et entière.

Promouvoir la «*Collaborative Business Experience*»

Affirmer haut et fort l'ambition et le positionnement de **Capgemini** sur son marché, créer les conditions de notoriété et d'image de marque favorable au développement des métiers du Groupe, inviter nos clients à entrer dans la *Collaborative Business Experience*, telles sont les missions assignées à la campagne de publicité qui, d'avril à décembre 2004, diffusera partout dans le monde les couleurs de **Capgemini**.

D'abord porté par un film, un dispositif d'affichage puis de presse écrite, le positionnement de marque de **Capgemini** s'exprime dans le récit vrai d'histoires d'exception : **derrière chaque succès, il y a une «*Collaborative Business Experience*», l'expérience d'une véritable coopération.**

Loin des égéries publicitaires traditionnelles, les toutes premières personnalités choisies par **Capgemini** pour incarner ce message sont le plus souvent dans l'ombre, et pourtant indispensables aux succès de ceux qu'ils accompagnent depuis des années : Darren Cahill, coach d'André Agassi, a contribué à faire d'un champion de tennis une légende mondiale ; Tony Visconti, producteur de David Bowie, a créé le son mythique qui fait aujourd'hui référence.

Photographiés et filmés dans des moments de détente, là où l'intensité de leur activité s'efface devant la sérénité, là où ils puisent l'énergie nécessaire pour accomplir leur mission, ils laissent libre cours à leurs pensées et expriment l'essence même de leur relation.

En accord avec toutes les valeurs qui animent notre Groupe et nos équipes, avec les attentes profondes de nos clients et l'exigence d'une prise de parole juste sur nos métiers, c'est ce que nous appelons, chez **Capgemini**, la *Collaborative Business Experience*.