

Les priorités des cadres pour 2025 : Les principaux champs d'action

Résultats des analyses communes avec les membres d'eit.swiss.

Champs d'action ciblés pour un développement durable des entreprises.

Réalisé par Sparkner AG

sparkner.ch

En collaboration avec eit.swiss

Table des matières

1. Les priorités des cadres pour 2025 : les 6 principales lacunes
 2. Les principaux atouts selon les cadres
 3. Zoom sur les fonctions : pas de vision globale
 4. Différents points de vue :
Où l'unanimité manque et où la diversité règne
 5. Champs d'action
 1. Informatique
 2. Marketing
 3. Assurance qualité
 4. Développement de l'entreprise
 5. Ressources humaines
 6. Achats
 7. Droit
 8. Ventes
 9. Finances
 10. Prestations de service
 11. Innovation
 6. Prochaines étapes
 7. De l'analyse au plan de croissance en 6 étapes :
Notre approche dans le séminaire
 8. L'équipe derrière Sparkner
- Annexe

1. Les priorités des cadres pour 2025 : Les 6 principales lacunes

Le sondage de cette année montre clairement que les cadres ont une idée précise des domaines dans lesquels leur entreprise pourrait améliorer son potentiel. Six champs d'action se distinguent particulièrement : ils combinent une importance élevée et des lacunes évidentes en matière de satisfaction. C'est précisément là que se trouvent les principaux leviers de croissance et de compétitivité.

Les résultats en bref :

Numérisation et informatique : Réduire les coûts informatiques et augmenter l'efficacité est un objectif central, mais rares sont les entreprises qui se sentent bien positionnées dans ce domaine.

Gestion opérationnelle : La transparence des projets, l'utilisation efficace des ressources et la fiabilité des délais de livraison sont critiques, mais la majorité des personnes interrogées les jugent insuffisants.

Croissance grâce au marché et aux clients : La génération de leads qualifiés reste un point sensible qui est considéré comme insatisfaisant par la plupart des entreprises.

Orientation stratégique : De nombreux entrepreneurs considèrent que la stratégie à long terme est importante, mais qu'elle n'est pas suffisamment mise en œuvre.

Pourquoi c'est important : Ces domaines ne sont pas seulement des chantiers opérationnels. Ils déterminent si les entreprises pourront travailler plus efficacement en 2025, gagner et fidéliser des clients, et renforcer durablement leur position sur le marché.

Les pages suivantes montrent en détail comment les cadres évaluent les différentes fonctions et champs d'action, où il y a consensus, où les points de vue divergent fortement et quels domaines sont particulièrement propices à des améliorations ciblées.

No	Champ d'action	Fonction	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
1	Réduire les coûts informatiques tout en augmentant l'efficacité.	Informatique	0.88	0.47	0.53
2	Assurer la transparence de tous les projets actuels.	Prestation de service	1.00	0.63	0.38
3	Allouer les ressources de manière efficace et en fonction des besoins.	Prestation de service	1.00	0.63	0.38
4	Respecter les délais de livraison pour garantir la satisfaction des clients et une planification sûre des ressources.	Prestation de service	1.00	0.63	0.38
5	Générer des leads qualifiés et acquérir efficacement de nouveaux clients.	Marketing	0.71	0.50	0.36
6	Mettre en œuvre une stratégie à long terme pour assurer un leadership durable sur le marché.	Développement de l'entreprise	0.82	0.65	0.35

2. Les principaux atouts selon les cadres

L'évaluation montre que de **nombreuses entreprises disposent déjà de bases solides**. Des thèmes tels que **la satisfaction des clients (0.94)**, **le respect des dispositions légales (0.94)** ou **la stabilité financière (0.88)** obtiennent de bons résultats. Ils sont importants et en même temps bien résolus.

Cela signifie que dans des domaines centraux, **la confiance règne dans les structures propres**. Les relations clients, la gestion des risques et le contrôle des coûts sont considérés comme des piliers sur lesquels les cadres peuvent s'appuyer.

C'est précisément là que réside le véritable message : **ces atouts ne sont pas une fin en soi, mais un point de départ**. Ils permettent d'améliorer de manière ciblée d'autres champs d'action. Sans une fidélisation fiable de la clientèle, il n'y a pas de base pour la croissance ; sans finances solides, aucune transformation ne peut être financée.

En poursuivant cette lecture, vous découvrirez où se trouvent les principales lacunes et comment les entreprises peuvent tirer parti de leurs atouts existants pour les combler.

No	Champ d'action	Fonction	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
1	Entretenir des relations positives avec les clients et garantir leur satisfaction.	Prestation de service	1.00	0.94	0.06
2	Respecter intégralement les exigences légales et minimiser les risques.	Assurance qualité	0.94	0.94	0.06
3	Renforcer la fidélisation des clients afin d'augmenter les ventes supplémentaires et la valeur client.	Ventes	0.93	0.93	0.07
4	Assurer la rentabilité et la stabilité financière à long terme.	Finances	1.00	0.88	0.12
5	Assurer des prix compétitifs et contrôler les coûts afin d'augmenter la rentabilité.	Achats	0.82	0.94	0.06

Importance: 0 = pas important & 1 = très important – Satisfaction: 0 = pas satisfait & 1 = très satisfait – Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé.

3. Zoom sur les fonctions : Pas de vision globale

Les résultats montrent clairement que **le plus grand potentiel de développement se trouve là où une importance élevée coïncide avec une insatisfaction**. C'est exactement ce qui ressort en 2025 pour l'informatique (6.65), le marketing (6.35), l'assurance qualité (6.35), le développement de l'entreprise (6.18) et les ressources humaines (6.18).

Informatique : Très bien notée en termes d'importance (4.24), mais mal notée en termes de satisfaction (3.41). Il en résulte le plus grand potentiel de développement (6.65). Les entrepreneurs constatent que sans systèmes qui fonctionnent et sans gains d'efficacité, l'informatique bloque tous les autres progrès.

Marketing : Le profond mécontentement dans le domaine du marketing compense l'importance relativement faible accordée à cette fonction. En d'autres termes, ceux qui professionnalisent leur marketing exploitent immédiatement un potentiel inutilisé et se démarquent de leurs concurrents.

Assurance qualité : Importance très élevée (4.59), mais satisfaction faible (3.59). Il en résulte une mission claire : les standards et les processus sont déterminants pour l'accès au marché et aux clients.

Développement de l'entreprise et ressources humaines : Tous deux considérés comme très importants (>4.2), mais la satisfaction reste faible. Le gestion stratégique et la fidélisation des talents sont les freins classiques, mais non résolus, à la croissance.

Pour les entrepreneurs, cela signifie que ceux qui investiront dans ces domaines en 2025 obtiendront le plus grand impact, car ils sont importants et ont en même temps un retard à rattraper.

Conclusion : Le potentiel de développement montre clairement que la croissance est bloquée là où l'importance est élevée et la satisfaction faible. Ceux qui travaillent dans ces champs libèrent les leviers les plus importants.

Fonction (moyenne)	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Informatique	4.24	3.41	6.65
Marketing	3.53	3.18	6.35
Assurance qualité	4.59	3.59	6.35
Développement de l'entreprise	4.29	3.53	6.18
Ressources humaines	4.47	3.59	6.18
Achats	4.00	3.65	5.24
Droit	3.82	3.59	5.24
Ventes	3.53	3.53	5.06
Finances	4.47	3.82	4.88
Prestations de services	4.53	3.88	4.82
Innovation	3.88	3.65	4.82

Importance: 1 = pas important & 5 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 5 = très satisfait

Potentiel de développement: 1 = bas & 5 = élevé

4. Différents points de vue : Où l'unanimité manque et où la diversité reign

L'analyse de la **répartition** montre à quel point les cadres évaluent différemment les différentes fonctions.

Importance : On pourrait s'attendre à une certaine uniformité, mais les opinions divergent fortement, notamment en matière de **marketing (1.18)**, **ventes (1.07)** et **prestations de service (1.07)**. Certains entrepreneurs considèrent ces domaines comme essentiels pour leur avenir, d'autres comme peu importants. Cela montre que l'évaluation de l'importance est souvent influencée par la situation et la satisfaction de chacun.

Satisfaction : Ici, la diversité s'explique facilement : les entreprises se trouvent à des stades de maturité très différents. Alors que certaines ont déjà mis en place des structures solides dans les domaines des **ressources humaines (0.94)** ou de **l'innovation (0.93)**, d'autres sont encore confrontées à des défis fondamentaux.

Potentiel de croissance : Il est particulièrement intéressant que des domaines tels que les **ressources humaines (4.25)**, **l'assurance qualité (3.74)** et le **marketing (3.79)** varient considérablement. Pour certaines entreprises, ce sont les leviers les plus importants, pour d'autres, ce n'est guère un sujet.

Conclusion : La grande diversité des réponses montre clairement qu'il n'est pas réaliste de vouloir établir un programme uniforme pour tous. Il faut plutôt définir des **priorités claires là où il existe un large consensus** et des **offres décentralisées et flexibles** qui répondent à des besoins spécifiques. Les entrepreneurs peuvent ainsi identifier leurs propres leviers et l'association apporte un soutien ciblé là où il existe un consensus et facilite les échanges avec des spécialistes là où la diversité est grande.

Fonction (diversité)	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Ressources humaines	0.72	0.94	4.25
Marketing	1.18	0.88	3.79
Assurance qualité	0.62	0.80	3.74
Développement de l'entreprise	0.69	0.87	3.66
Finances	0.87	0.88	3.52
Innovation	0.99	0.93	3.40
Informatique	0.66	0.80	3.32
Achats	0.71	0.79	3.09
Droit	0.81	0.80	3.01
Prestations de service	1.07	0.60	2.77
Ventes	1.07	0.62	2.68

Diversité élevée = pas d'uniformité : difficile pour l'association, mais échange intéressant lors du séminaire.

Diversité faible = large consensus : l'association peut faire des offres ciblées.

5.1 Champ d'action : Informatique

Dans le domaine informatique, il apparaît clairement que les **coûts et l'efficacité** constituent le principal chantier (potentiel 0.53, satisfaction seulement 0.47). Les avis divergent fortement à ce sujet. Certaines entreprises maîtrisent leurs systèmes, d'autres sont confrontées à des coûts élevés.

L'introduction de nouvelles technologies (0.35) reste également un champ d'action central. Alors que certaines entreprises montrent la voie, d'autres ont du mal à mettre en œuvre les avantages dans la pratique.

Les infrastructures et la cybersécurité sont très importantes (importance 0.94), mais leur développement est inégal. Elles sont stables dans certains cas, tandis que dans d'autres, il y a un besoin évident de rattrapage. **La protection des données et les réactions en cas de pannes** sont en revanche considérées comme solidement assurées.

Conclusion : Pour utiliser l'informatique comme levier d'efficacité et de compétitivité, il faut avant tout se concentrer sur le contrôle des coûts et l'utilisation des technologies. C'est là que réside le plus grand potentiel d'échange et de soutien pratique.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Réduire les coûts informatiques tout en augmentant l'efficacité.	0.88	0.47	0.53*
Mettre en oeuvre de nouvelles technologies pour accroître l'efficacité.	0.88	0.65	0.35*
Assurer une infrastructure informatique stable et fiable.	0.94	0.76	0.24
Protéger les données sensibles de l'entreprise contre les cybermenaces.	0.94	0.82	0.18
Réagir rapidement aux pannes informatiques.	0.88	0.88	0.12
Respecter les directives en matière de protection des données et les standards informatiques.	0.76	0.88	0.06

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.2 Champ d'action : Marketing

Le marketing présente des lacunes évidentes : la **génération de leads et l'acquisition de nouveaux clients** (potentiel de développement 0.36). C'est là que se décide le succès de la croissance. Certaines entreprises sont déjà bien positionnées, d'autres présentent des lacunes importantes.

La **notoriété de la marque et un positionnement clair** (potentiel de 0.21 chacun) sont également des leviers essentiels. Les différences entre les entreprises sont importantes : alors que certaines ont une image visible et différenciée, d'autres restent interchangeables.

Des thèmes tels que la **personnalisation** et **l'automatisation** (potentiel de 0.14 chacun) ne sont mis en œuvre que de manière ponctuelle, mais offrent des opportunités d'amélioration de l'efficacité. Jusqu'à présent, peu d'importance est accordée à **l'analyse de la concurrence** et à **l'amélioration du retour sur investissement**. Le marketing est encore souvent considéré comme un centre de coûts.

Conclusion : Le marketing est important, mais sa mise en œuvre n'est pas uniforme. Pour les cadres, les principaux leviers résident dans la génération systématique de leads et le travail sur la marque.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Générer des leads qualifiés et acquérir efficacement de nouveaux clients.	0.71	0.50	0.36*
Augmenter continuellement la notoriété et la confiance envers la marque.	0.93	0.71	0.21*
Différencier clairement le positionnement de la marque et le communiquer de manière cohérente.	0.79	0.71	0.21*
Améliorer la personnalisation dans le marketing afin d'augmenter les taux de conversion.	0.50	0.71	0.14
Développer l'automatisation du marketing afin d'accroître l'efficacité du marketing.	0.36	0.79	0.14
Effectuer régulièrement des analyses concurrentielles, identifier les tendances.	0.36	0.64	0.14
Améliorer continuellement le retour sur investissement (ROI) des dépenses de marketing.	0.36	0.64	0.07

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.3 Champ d'action : Assurance qualité

L'assurance qualité est considérée comme très importante dans tous les cas, mais les priorités varient considérablement. Le plus grand potentiel de développement réside dans **l'efficacité des processus** (0.29). Les différences entre les entreprises participantes sont toutefois très marquées. Certaines entreprises travaillent déjà de manière allégée, tandis que d'autres sont freinées par des processus complexes.

L'utilisation systématique des feedbacks des clients (0.24) présente également un fort potentiel de développement, mais il y a de grandes différences entre les participants : certains utilisent activement les retours, d'autres gaspillent des connaissances précieuses.

En revanche, les champs d'action classiques tels que le **respect des standards** ou des **exigences légales** affichent des résultats très stables (potentiel de 0.12 et 0.06 respectivement). Il s'agit ici moins de progrès que de fiabilité et d'un niveau élevé des standards de la branche.

Conclusion : L'assurance qualité est largement établie, mais les véritables leviers résident dans **l'amélioration de l'efficacité et l'utilisation du retour d'information**. Les entreprises peuvent apprendre les unes des autres dans ce domaine, et l'association peut apporter une valeur ajoutée supplémentaire grâce à l'échange d'expériences.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Concevoir des processus d'assurance qualité efficaces en termes de coûts et de temps.	0.76	0.71	0.29*
Analyser et mettre en œuvre systématiquement les feedbacks des clients.	0.82	0.76	0.24*
Mettre en œuvre des systèmes de gestion de la qualité et les surveiller en permanence.	0.53	0.82	0.18
Les prestations répondent à toutes les normes de qualité.	0.76	0.88	0.12
Respecter intégralement les dispositions légales et minimiser les risques.	0.94	0.94	0.06

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.4 Champ d'action : Développement de l'entreprise

En matière de développement de l'entreprise, c'est surtout dans la **mise en œuvre de stratégies à long terme** qu'il est nécessaire d'agir : celle-ci est jugée importante (0.82), mais le niveau de satisfaction est faible (0.65). Avec le potentiel le plus élevé (0.35) et un désaccord important (*) entre les entreprises, il s'agit là du champ central pour 2025.

L'intégration technologique reste également critique ; elle est fortement pondérée (0.82), mais présente des différences significatives en termes de maturité (potentiel 0.24, diversité 0.44). Les expériences divergent fortement dans ce domaine (*).

D'autres thèmes tels que **l'identification des opportunités de marché** ou **la gestion des risques** sont relativement bien établis, mais leur potentiel est faible. Les **partenariats**, quant à eux, sont déjà mis en œuvre avec succès par la plupart des entreprises et sont considérés comme un atout par de nombreux cadres de la branche.

En bref, pour les entrepreneurs, le levier réside principalement dans la **mise en œuvre de la stratégie et la technologie**. C'est là que se décidera qui prendra vraiment l'avantage dans les années à venir.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Mettre en œuvre une stratégie à long terme pour assurer un leadership durable sur le marché.	0.82	0.65	0.35*
Intégrer des technologies pour renforcer la capacité d'innovation et les avantages concurrentiels.	0.82	0.76	0.24*
Identifier les opportunités du marché afin d'augmenter le chiffre d'affaires et les parts de marché.	0.76	0.88	0.12
Etudier les possibilités de fusions et acquisitions afin d'élargir le portefeuille et de renforcer la position sur le marché.	0.12	0.76	0.06
Gérer les risques afin de garantir la stabilité et la sécurité de l'entreprise.	0.76	0.88	0.06
Etablir des partenariats afin d'augmenter les parts de marché et l'efficacité.	0.65	0.94	0.00

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.5 Champ d'action : Ressources humaines

Dans le domaine des **ressources humaines**, deux thèmes ressortent clairement : **promouvoir la culture** et **adapter les stratégies de recrutement** (importance 0.94, satisfaction 0.65, potentiel 0.35). Presque toutes les personnes interrogées les considèrent comme essentiels, mais rares sont celles qui se déclarent vraiment satisfaites. C'est là que réside le principal levier pour assurer la pérennité des entreprises.

La fidélisation des meilleurs talents (potentiel 0.29) est considérée comme très importante (1.00) par tous, mais les niveaux de satisfaction très variables montrent que certaines entreprises réussissent à fidéliser leur talents, tandis que d'autres sont loin derrière.

Les programmes pour talents (potentiel 0.12) et le **développement des cadres** (potentiel 0.12) suivent. Ces domaines sont plutôt des compléments : importants, mais perçus comme moins urgents (à juste titre ?).

Interprétation : Les difficultés sont claires : sans un travail culturel systématique et de meilleures stratégies de recrutement, les entreprises risquent d'être distancées dans la course aux talents. L'association peut ici apporter son soutien, notamment par l'échange d'expériences avec des spécialistes et par des outils pratiques.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Promouvoir une culture qui inspire l'excellence.	0.94	0.65	0.35*
Adapter les stratégies de recrutement aux besoins de l'entreprise.	0.94	0.65	0.35*
S'assurer les meilleurs talents pour assurer le succès durable de l'entreprise.	1.00	0.71	0.29
Développer des programmes pour talents et des mesures incitatives pour fidéliser les collaborateurs.	0.76	0.71	0.29
Développement des cadres pour une planification réussie de la relève.	0.71	0.88	0.12

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.6 Champ d'action : Achats

Les **achats** présentent un tableau mitigé. Le plus grand potentiel réside dans la **livraison dans les délais et la disponibilité des marchandises** (potentiel de développement 0.24) : importance élevée, mais satisfaction moyenne et grandes différences entre les entreprises.

En revanche, **la fiabilité des fournisseurs et le contrôle des coûts** sont largement établis, avec un niveau de satisfaction élevé et un faible potentiel. La **conformité** est également respectée partout, même si elle n'est pas considérée comme une priorité absolue.

Les opinions divergent quant aux **nouvelles sources d'approvisionnement** : stratégiquement décisives pour certains, elles ne constituent guère un sujet de préoccupation pour d'autres.

Conclusion : Les fonctions de base fonctionnent, mais les principaux leviers résident clairement dans la capacité de livraison et la diversité des fournisseurs.

Les standards de la branche semblent faciles à comprendre, efficaces et simples à mettre en œuvre.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Garantir la livraison dans les délais et la disponibilité des marchandises.	0.94	0.76	0.24
S'assurer des fournisseurs fiables pour une qualité constante.	0.82	0.88	0.12
Nouvelles sources d'approvisionnement pour une amélioration continue.	0.59	0.76	0.12
Garantir des prix compétitifs et contrôler les coûts afin d'augmenter la rentabilité.	0.82	0.94	0.06
Garantie d'achats conformes à la loi et minimisation des risques.	0.71	1.00	0.00

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.7 Champ d'action : Droit

Dans le domaine du **droit**, les résultats présentent une image homogène: l'importance n'est généralement estimée que comme moyenne (0.35-0.65), tandis que la **satisfaction est systématiquement élevée** (0.82-0.88). Le potentiel de développement est donc très faible.

La garantie de conformité est le facteur le plus important (0.65), mais là encore, il n'y a guère besoin d'agir. Des thèmes tels que **les contrats, les litiges juridiques ou le contrôle des coûts** sont bien couverts et ne jouent qu'un rôle secondaire pour la plupart des entreprises.

Conclusion : Pour les cadres, cela signifie qu'il n'y a actuellement **pas de pénurie aiguë** dans le domaine juridique. Pour l'association, cela montre qu'il y a déjà un bon soutien dans ce domaine. Un soutien supplémentaire aurait un impact beaucoup plus important dans d'autres fonctions (par ex. informatique ou ressources humaines).

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Garantir la conformité légale et minimiser les risques juridiques.	0.65	0.88	0.06
Représentation efficace et sans risque dans les litiges juridiques.	0.47	0.88	0.06
Contrôler efficacement les coûts liés aux litiges juridiques.	0.47	0.88	0.06
Etablir et contrôler des contrats juridiquement valables.	0.53	0.82	0.06
Fournir des conseils juridiques pour les décisions stratégiques.	0.35	0.88	0.00

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.8 Champ d'action : Ventes

L'analyse des champs d'action commerciaux montre une image mitigée.

La fidélisation de la clientèle se démarque clairement : elle est presque systématiquement jugée **très importante (0.93)** et en même temps **satisfaisante (0.93)**. C'est l'un des points forts de la branche. Il existe un large consensus à ce sujet.

Pour tous les autres champs, l'image est nettement moins homogène :

- **Différenciation des produits (importance 0.36, diversité élevée),**
- **Optimisation des processus de distribution (importance 0.43, diversité élevée)** et

- Réduction des coûts d'acquisition de clients (importance 0.36, diversité élevée).

On constate ici que si certaines entreprises considèrent ces thèmes comme très importants, beaucoup d'autres estiment qu'ils ne méritent pas d'être développés. La **grande diversité** indique qu'il s'agit plutôt de **cas isolés** que de priorités communes à l'ensemble de la branche.

La **satisfaction** n'est également que partiellement significative dans ces domaines : avec des valeurs comprises entre 0.71 et 0.86, elle est certes solide, mais la **forte diversité** montre clairement que les situations de départ sont extrêmement différentes.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Différenciation des produits pour augmenter les opportunités de vente.	0.36	0.71	0.14*
Renforcer la fidélisation des clients afin d'augmenter les ventes supplémentaires et la valeur client.	0.93	0.93	0.07
Encourager la croissance du chiffre d'affaires grâce à une stratégie ciblée axée sur le marché et la clientèle.	0.64	0.86	0.07*
Optimiser les processus de distribution afin d'augmenter la rentabilité des ventes.	0.43	0.86	0.07*
Réduire les coûts d'acquisition de clients afin de gagner des parts de marché et de conquérir de nouveaux marchés.	0.36	0.79	0.07*

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.9 Champ d'action : Finances

La plupart des entreprises accordent une grande importance aux champs d'action dans le domaine financier et les évaluent globalement de manière positive. Il y a toutefois des différences dans les détails :

Assurer la profitabilité à long terme est considéré comme le champ d'action le plus important et le niveau de satisfaction est assez élevé. La diversité entre les entreprises est également faible (il y a consensus.)

La structure du capital et le cash-flow sont considérés comme très importants par tous et tous les cadres participants en sont relativement satisfaits.

L'analyse des chiffres-clés financiers présente le plus fort potentiel de développement : les données sont disponibles, mais elle ne sont souvent pas utilisées de manière cohérente pour assurer les décisions sur la base de faits. La situation varie toutefois considérablement d'une entreprise à l'autre.

Interprétation :

C'est notamment dans l'utilisation des chiffres-clés financiers que résident les opportunités de créer de la transparence et de rendre les décisions plus sûres. Un soutien ponctuel en matière de compétences financières apporte ici une réelle valeur ajoutée.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Analyser les chiffres-clés financiers pour évaluer les prestations.	0.65	0.65	0.29*
Gérer de manière optimale la structure du capital et garantir la liquidité.	0.88	0.82	0.18
Stabiliser le cash-flow et éviter les problèmes de liquidité.	0.88	0.82	0.18
Elaborer et contrôler efficacement les plans financiers et les budgets.	0.76	0.76	0.18*
Assurer la rentabilité et la stabilité financière à long terme.	1.00	0.88	0.12
Minimiser les risques financiers et amortir la volatilité du marché.	0.76	0.82	0.12

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.10 Champ d'action : Prestations de service

La **prestation de services** est considérée comme un élément central : presque tous les thèmes sont jugés extrêmement importants par les cadres.

La **transparence des projets, l'allocation des ressources et le respect des délais** n'obtiennent toutefois qu'une satisfaction moyenne (0.63). Avec un potentiel de 0.38, c'est là que se trouvent les leviers les plus importants, et la diversité montre que de nombreuses entreprises rencontrent des difficultés similaires.

Les **standards de qualité** sont importants (0.94), mais ils ne sont pas toujours respectés (0.69).

Les **relations avec la clientèle** sont en revanche considérées comme un point fort : importance élevée, satisfaction très élevée (0.94), potentiel faible.

Conclusion :

Les progrès les plus importants sont réalisés là où la planification, les ressources et les délais sont améliorés de manière structurée. La qualité reste un fondement important. Les défis sous-jacents sont ici très variés et sont traditionnellement liés au comportement des collaborateurs, à la complexité des processus et à des systèmes qui offrent un soutien insuffisant.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Assurer la transparence de tous les projets actuels.	1.00	0.63	0.38
Allouer les ressources de manière efficace et en fonction des besoins.	1.00	0.63	0.38
Respecter les délais de livraison pour garantir la satisfaction des clients et une planification sûre des ressources.	1.00	0.63	0.38
Garantir le respect de tous les standards de qualité.	0.94	0.69	0.31
Entretenir des relations positives avec les clients et garantir leur satisfaction.	1.00	0.94	0.06

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

5.11 Champ d'action : Innovation

Dans le domaine de **l'innovation**, les réponses donnent une image mitigée : l'importance est généralement jugée moyenne à élevée (0.44-0.75), mais la **satisfaction reste faible à moyenne** (0.50-0.69).

Le plus grand potentiel réside dans la **culture de l'innovation** (0.31). La diversité est ici importante. Cela signifie que certaines entreprises ont des approches efficaces, tandis que d'autres ne disposent pratiquement d'aucune structure.

La mise en œuvre des idées et les opportunités commerciales précoces (0.19 chacune) montrent également qu'il y a lieu d'agir, avec des différences notables entre les entreprises.

La priorisation des projets (0.13) et **le suivi des projets** (0.06) sont rarement considérés comme stratégiquement importants et restent plutôt des questions opérationnelles.

Conclusion :

Le champ est inégalement développé. Renforcer sa culture de l'innovation permet de jeter les bases de tous les progrès futurs. Développer de nouvelles prestations qui plaisent aux clients et les déployer rapidement afin d'acquérir de nouveaux clients ou d'augmenter le chiffre d'affaires par client ne semble pas être une stratégie très répandue.

Champ d'action	Importance	Satisfaction	Potentiel de développement
Créer une culture de l'innovation afin d'encourager la recherche d'idées.	0.69	0.50	0.31
Transformer les idées en prestations commercialisables.	0.63	0.69	0.19
Identifier et évaluer rapidement les opportunités du marché afin d'accroître la compétitivité.	0.75	0.63	0.19
Prioriser les projets innovants et allouer les ressources de manière ciblée.	0.50	0.63	0.13
Suivre les projets d'innovation et évaluer les progrès réalisés.	0.44	0.69	0.06

Importance: 0 = pas important & 1 = très important

Satisfaction: 1 = pas satisfait & 1 = très satisfait

Potentiel de développement: 0 = bas & 1 = élevé

* Diversité élevée / écart type des valeurs = différences importantes dans le degré de maturité des entreprises

6. Prochaines étapes : Faire appel aux potentiels de développement

Participation au séminaire de Sparkner chez eit.swiss

Participez au séminaire de Sparkner «Klug wachsen - Strukturierte Wachstumsplanung für Unternehmer» (en allemand).

Au cours de ce séminaire, vous apprendrez, avec jusqu'à 10 autres participants, comment développer votre entreprise :

1. Identifier les leviers les plus efficaces dans votre entreprise
2. Identifier les obstacles liés aux collaborateurs, processus et systèmes, et
3. définir les mesures appropriées.

Avant le séminaire, vous remplirez le [questionnaire](#) afin que nous puissions adapter le contenu à vos besoins.

Vous repartirez avec 5 mesures concrètes dans des champs d'action clés qui permettront de supprimer les freins à la croissance au cours des 12 prochains mois.

Planification de la croissance spécifique à l'entreprise

Nous sommes nous-mêmes entrepreneurs et directeurs. Pour nous, ce qui compte, c'est une mise en œuvre ciblée accompagnée d'une analyse approfondie. C'est pourquoi nous accompagnons les entreprises de manière ciblée dans la priorisation, la planification et la mise en œuvre de leurs mesures.

Qu'il s'agisse de la formation des collaborateurs, de l'automatisation des processus ou du développement de nouvelles offres, nous vous aidons non seulement à classer les thèmes, mais nous participons également à la mise en œuvre, dans la mesure où cela vous semble judicieux.

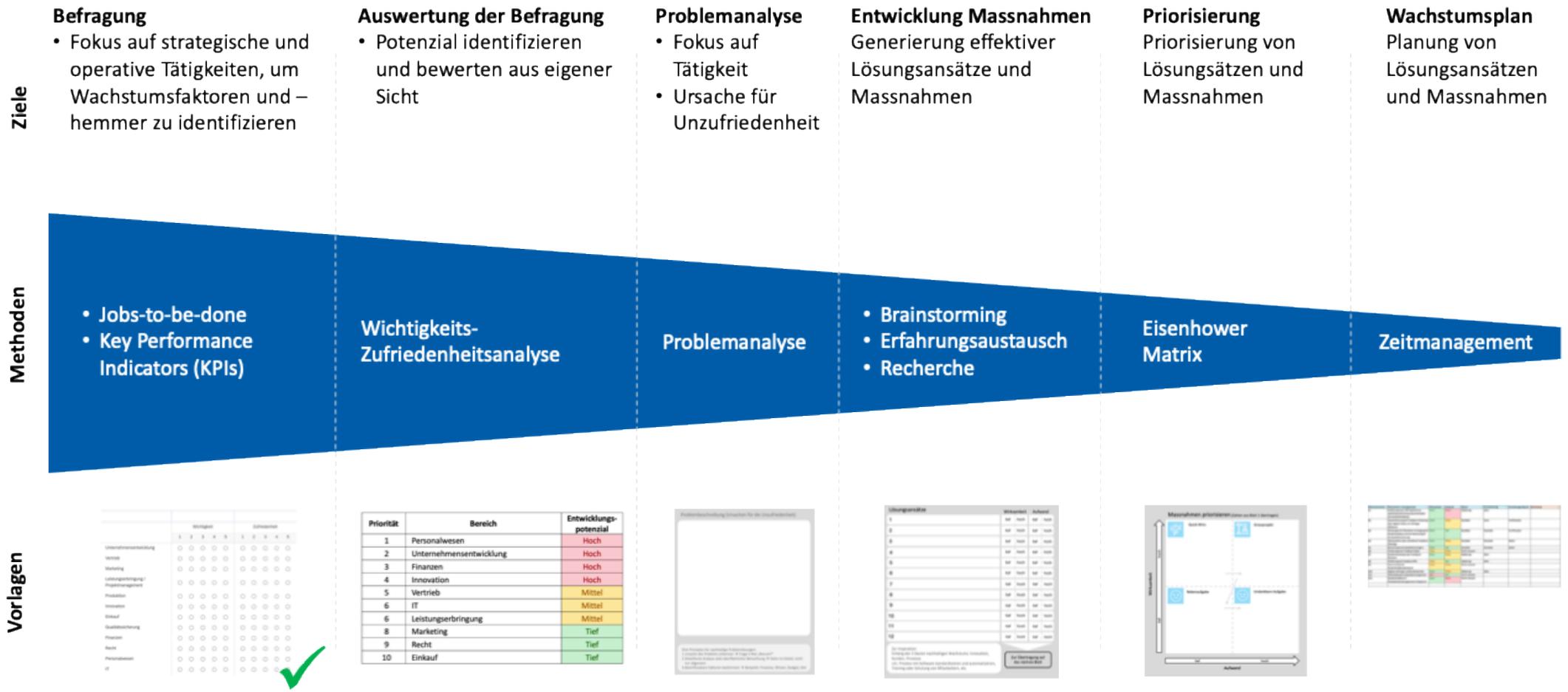
Nous proposons donc :

- Des ateliers de planification dans l'entreprise
- Du sparring et du coaching pour les cadres
- Du soutien lors de la mise en œuvre des projets

Notre objectif : que vos priorités ne disparaissent pas dans les tiroirs, mais qu'elles aient un effet visible dans l'entreprise.

Nous sommes ouverts à la mesure et à la participation au succès, car nous sommes convaincus de la qualité de notre travail.

7. De l'analyse au plan de croissance en 6 étapes : Notre approche dans le séminaire



8. L'équipe derrière Sparkner



Philip Wels

Partenaire

Ventes et développement d'entreprise

T 044 520 20 39

E philip.wels@sparkner.ch

[LinkedIn](#)



Christoph Mösli

Partenaire

Informatique et innovation

T 044 520 20 39

E christoph.moesli@sparkner.ch

[LinkedIn](#)

Philip Wels possède 8 ans d'expérience dans la gestion de projets d'initiatives stratégiques et de développement, ainsi que la mise en œuvre de solutions dans les domaines des ventes, du développement d'entreprise et de l'innovation.

Il a mené à bien des projets dans des entreprises de services, dans le secteur de l'énergie et dans des entreprises d'informatique/de logiciels.

Christoph Mösli possède 30 ans d'expérience dans la définition et la mise en œuvre de solutions dans les domaines de la gestion d'entreprise, des ventes, de l'informatique et de l'innovation.

Il a réalisé des projets dans des entreprises de services, dans le conseil informatique, dans la technique du bâtiment et dans le développement technologique.

Sparkner a conclu des partenariats avec 24 prestataires de services spécialisés dans la mise en œuvre d'initiatives stratégiques pour les PME et les scale-ups. Ensemble, ces prestataires peuvent vous aider dans tous les domaines d'activité liés à la mise en œuvre stratégique et opérationnelle.

L'objectif de tous les partenaires : vous soulager en tant que cadre et renforcer votre capacité de mise en œuvre.

Contact



Sparkner AG

E info@sparkner.ch

A 8108 Dällikon, Zurich, Suisse

T 044 520 20 39

<https://sparkner.ch>

<https://www.linkedin.com/company/sparkner>

UID CHE-134.951.224

