

Les gènes de la réussite des champions de la crise décryptés

29.06.2020

D'un coup d'oeil

PwC Suisse s'est associé à economiesuisse, la faîtière de l'économie suisse, pour analyser dans un document les gènes critiques de la réussite des entreprises qui envisagent avec succès la crise Covid-19 comme une opportunité. Des études quantitatives et des entretiens personnels ont révélé que la composition génétique de ces «champions de la crise» peut être résumée en 6 gènes de réussite.

Les crises telles que celles de la pandémie du Covid-19 peuvent menacer les entreprises dans leur existence. D'autres utilisent les situations exceptionnelles ou les événements de choc de manière intelligente et à leur avantage. Nous les appelons les «champions de la crise». Fin mai, economiesuisse a présenté un programme en 8 points pour remettre l'économie suisse sur la voie du succès. Le document qui vient d'être publié vise à aider les entreprises suisses à surmonter avec succès les nouvelles crises. L'exposé de thèses complet est disponible ici au téléchargement.

Gène de la réussite n° 1: pouvoir défensif

La résistance à la crise est basée sur une perspective qui s'oriente sur la durabilité, et non seulement sur l'optimisation des profits à court terme. Les entreprises résistant à la crise perdent rarement la vue d'ensemble et se lancent avec audace dans de nouvelles perspectives - souvent inspirées par l'inventivité de la génération fondatrice. De telles entreprises réduisent leur bureaucratie au profit de l'agilité et de la flexibilité, souvent renforcées par leur transparence. Elles laissent un fonds de roulement vital qui sert de coussin pour les périodes difficiles dans l'entreprise et prévoient des scénarios. Même avant et pendant la crise, elles procèdent à des ajustements importants et sont ainsi mieux préparés à faire face à des situations exceptionnelles, par exemple en investissant de manière anticyclique.

Gène de la réussite n° 2: orientation client

Les champions de la crise entretiennent des relations personnelles. Une confiance constituée pendant des années est payante pendant la crise. Les entreprises à succès mettent clairement en avant les besoins de leurs clients. Elles souhaitent améliorer le produit du client et partant, rendre meilleur le client. Elles visent à développer la meilleure solution à tous les problèmes et à l'optimiser en continu. Les champions de la crise ont un excellent réseau. Cela leur permet de créer rapidement et simplement de nouveaux partenariats et de constituer un savoir-faire supplémentaire. Elles anticipent et abordent l'avenir. C'est la raison pour laquelle elles disposaient déjà avant la crise de tous les systèmes numériques et qu'elles n'ont pas perdu de temps dans ce domaine.

Gène de la réussite n° 3: accent sur une niche

Les champions de la crise savent ce qu'ils peuvent et ce qu'ils ne peuvent pas (encore). Ils s'appuient sur leur performance. Ils ont consolidé leur compétences-clés pendant des décennies et se sont établis dans des niches hautement spécialisées. Puis, ils se sont diversifiés au sein de cette niche. Ils mettent à jour leurs connaissances en développant de nouvelles applications et en embauchant les talents adéquats. Ils vérifient en continu la manière dont ils peuvent déployer leurs meilleurs talents : que ce soit pour approfondir encore davantage leur niche, pour se diversifier ou pour réduire leur dépendance par rapport à certains secteurs ou segments clients.

Gène de la réussite n° 4: culture de l'innovation

Les entreprises résistant à la crise se distinguent par une énorme curiosité pour la nouveauté qui attire un personnel hautement qualifié. Cette culture de l'innovation est cadencée et motivée par les besoins des clients. Les champions de la crise misent sur les innovateurs au lieu des fournisseurs 'me-too'. L'innovation est une exigence personnelle ou propre à l'entreprise. Dans ce contexte, la performance de l'équipe joue un rôle très important. L'innovation est possible ici, car elle peut également avoir lieu accessoirement.

Gène de la réussite n° 5: internationalisation

Les champions de la crise ont une orientation internationale. Ils se diversifient non seulement au sein de leurs secteurs traditionnels, mais aussi dans leurs segments de clientèle et leur répartition géographique. Ils conservent souvent le leadership du marché mondial dans leur domaine et restent leaders du marché mondial même après la crise. Ils jouent leur Swissness comme un facteur de succès et de confiance et s'appuient sur des caractéristiques typiques telles que la rapidité, la précision, la qualité, l'efficacité et la fiabilité du petit. Grâce à des contacts et des échanges étroits avec leurs sites et partenaires à l'étranger, ils ont réagi rapidement malgré la propagation rapide du COVID-19, dans de nombreux cas avant même que l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) en Suisse ne les informe de la crise.

Gène de la réussite n° 6: personnalité

Les champions de la crise sont formés par des leaders forts. Ils cultivent une culture d'entreprise optimiste avec une attitude «Nous pouvons le faire», gardent leur calme en cas de crise et prennent des décisions basées à la fois sur la raison et l'instinct. Les principales personnalités des champions de la crise sont non seulement les directeurs généraux eux-mêmes, mais aussi les développeurs, les bricoleurs et les innovateurs qui incarnent l'esprit pionnier du fondateur. Dans l'ensemble, ils sont l'exemple d'une grande loyauté et créent un climat de confiance distinct qui s'avère payant en cas de crise. Ils font preuve d'un engagement supérieur à la moyenne envers leur environnement social et local. De cette manière, ils renforcent leur position sur le marché en termes de demande et de main-d'œuvre avant la crise pour la période qui suit.

Recommandations pour les entreprises

En collaboration avec economiesuisse, PwC a défini des recommandations détaillées pour les entreprises suisses pour se préparer au mieux à de nouvelles crises, comme par exemple à une deuxième vague de Covid-19. Elles peuvent être téléchargées [ici](#).

[Télécharger les recommandations \(en allemand\)](#)



Rudolf Minsch

Responsable Politique économique générale & Économie extérieure, Chef économiste, membre de la direction