

Se déployer en régions, un réel relai de croissance pour les entreprises

Piloter sa croissance est indiscutablement une priorité stratégique pour l'ensemble des acteurs économiques. Dans ce contexte, force est de constater que la majorité des entreprises souhaite positionner les notions d'écoute, de qualité de service et de proximité client au centre de leur stratégie de développement. Mais de telles notions sont souvent difficiles à mettre en oeuvre malgré la montée en puissance de la digitalisation qui permet de « réduire et de simplifier » les échanges entre les entreprises et leurs clients. En ce sens, opter pour un déploiement d'agences en région peut être une stratégie pertinente à bien des égards. Pour autant, une telle approche ne s'improvise pas et nécessite de prendre en compte différents points complémentaires.

S'adapter aux enjeux locaux

Un premier élément à intégrer est directement lié à la notion de proximité vis-à-vis des clients. L'idée est de recueillir leurs besoins au plus près afin de mettre en place des stratégies de développement performantes prenant en compte les flux d'informations descendants (du siège) et ascendants (des agences). Ce faisant, il est alors possible de gagner en agilité et de piloter efficacement les relations avec ses clients en leur apportant des réponses opérationnelles rapides. Ce point est particulièrement important pour les filiales de grands comptes implantées en région, pour les collectivités locales et les PME qui souhaitent s'appuyer sur des partenaires réactifs et de confiance.

Jouer la carte du recrutement local

Sur ce point, nous pouvons constater qu'en s'implantant en région, les entreprises peuvent mieux recruter et fidéliser leurs collaborateurs en leur permettant par exemple d'évoluer dans les différentes agences et de gagner en qualité de vie. On note aussi que les entreprises qui disposent d'un réseau d'agences se distinguent par leur aptitude à ne pas concentrer leurs équipes sur des zones économiques « tendues » où le recrutement est un réel challenge. Enfin, en investissant sur l'emploi local, les recruteurs bénéficieront d'un réel avantage concurrentiel en participant activement à la vie économique locale. Ce point est particulièrement important pour les clients régionaux.

Bien communiquer avec les équipes

Un autre élément-clé à prendre en compte pour transformer son implantation régionale en un succès opérationnel est directement lié à la nécessité de bien communiquer avec ses équipes. Il est en effet important de véhiculer la culture de l'entreprise et pas uniquement au niveau du siège, mais partout en région. Les équipes locales doivent donc bénéficier du même niveau d'information que celles du siège pour que l'organisation dans son ensemble bénéficie des mêmes orientations. Il sera alors possible de délivrer aux clients une qualité de service unique (quelle que soit l'agence qui intervient). Afin d'offrir un niveau d'information pertinent aux collaborateurs, la mise en place de différents dispositifs est nécessaire : Intranet, RSE, Newsletters, séminaires, Business Review, Kick off, etc.

Opter pour une stratégie de développement au travers d'un réseau d'agences est donc un réel levier de croissance. Pour autant, il ne doit pas s'agir d'un simple gadget ou d'un effet marketing. Un déploiement régional réussi s'appuiera nécessairement sur une approche construite et une communication constante avec les équipes. En respectant ces quelques orientations, le succès

opérationnel d'un tel dispositif sera une réalité concrète.