

## TECHTRANSFORM présente: La TechTransformation

La société TechTransform, dont le siège est situé à Los Angeles, en Californie, a été créée en Janvier 2001. En Europe, TechTransform a pour but d'accompagner les sociétés high tech dans leur développement à l'international et notamment sur le marché Américain.

### **Processus**

La fiche signalétique de la TechTransformation se présente comme suit:

1. Etude de Marché Préliminaire → Est réalisée par une équipe spécialisée appartenant au groupe TechTransform. Tous les consultants TechTransform ont une expérience approfondie des marchés de la technologie aux Etats-Unis et ont réalisé de multiples études dans des domaines très variés. Le but de cette étude de marché préliminaire est simple: analyser le marché global, ses différents segments, identifier les principaux intervenants ainsi que des partenaires stratégiques potentiels, étudier la concurrence, élaborer une stratégie d'entrée sur le marché et envisager des formules potentielles de financement.

Durée moyenne: 45 jours; coût moyen: €15.000

2. Projet Pilote → Consiste à implémenter les conclusions issues de l'étude de marché préliminaire. Cette période de projet pilote aboutira donc au stade final de lancement.

Durée moyenne: 120 jours; coût moyen: €10.000 par mois + frais divers

3. Lancement du Produit ou du Service et signature des premiers clients → qui verra la participation de plusieurs intervenants: TechTransform coordonnera les activités de lancement avec les partenaires américains qu'ils soient commerciaux, marketing ou financiers et utilisera ses réseaux comme effets de levier pour finaliser des accords commerciaux.

Durée moyenne: 120 jours; coût moyen: €10.000 par mois + frais divers

*EN PARALLELE AVEC (3):*

4. Ouverture de Filiale → Dans la mesure où l'activité requiert une présence accrue, TechTransform se charge de mettre en place une

infrastructure aux Etats-Unis, qui sera établie en fonction des objectifs stratégiques de la société cible.

Durée moyenne: 12 mois; coût moyen: €30.000 par mois + frais divers

### ***Le Résultat***

Avec un investissement moyen de 40,000 Euros sur une durée d'environ 4 mois, la société cible aura eu une approche par palier du marché Américain qui lui permettra de savoir si cela représente une réelle opportunité tout en contrôlant et limitant les coûts encourus.

A titre d'indication, le coût annuel d'un cadre expatrié représente plus de 150,000 Euros; en ajoutant à cela les coûts de structure, les coûts de revient d'une création de filiale s'élèvent à environ un demi-million d'Euros pour une équipe réduite.

### ***La Formule***

TechTransform propose une formule qui a les attraits suivants:

- Connaissance du marché Américain qui est un marché de spécialistes (et non de généralistes comme c'est le cas en France); En général, les marchés régionaux comme celui de la France permettent aux vendeurs la mise à profit de la relation personnelle commerciale au détriment d'une véritable approche marketing. Mais, chose plus importante, un acteur régional aura tendance à tout faire pour son public, tandis qu'un acteur global se devra d'être extrêmement focalisé. C'est une acculturation indispensable. Il est aussi très important de développer le canal indirect, qui s'avère efficace seulement s'il est bien délimité afin de ne pas concurrencer tous les acteurs en présence. Si une société donnée a ses activités dans la CRM, il est salutaire pour elle de ne pas vouloir remplacer Siebel mais plutôt de trouver les complémentarités ou les applications mal desservies par le géant.
- Une équipe marketing spécialisée dans les domaines de la technologie qui va permettre un positionnement rapide de la société cible; cette expérience marketing rendra plus aisée l'adéquation entre le produit / service et la communication du message à véhiculer; La signalisation culturelle, la sémiotique, demandent un look moderne et de premier rang. C'est un challenge auquel peuvent répondre peu d'acteurs européens. TechTransform en a fait un de ses domaines d'expertise.
- Un réseau étendu qui permet de toucher rapidement plusieurs catégories de clients potentiels et évaluer les différents segments de marché: dans un contexte difficile où la stratégie long terme est reléguée par une efficacité

commerciale à court terme, cela représente un atout essentiel. Le monde high tech Américain est grand, mais pas si grand au point que le réseau de TechTransform ne permette pas de trouver toutes les cibles qu'il faut pour expérimenter. Une fois l'expérience faite et le modèle démontré, il est alors possible de pénétrer les "communautés cibles" avec des campagnes de marketing focalisées. De plus, les membres de l'équipe TechTransform visent à redistribuer les leçons apprises. C'est ce partage des connaissances qui en fait d'ailleurs sa force.

- Un ratio coût / évaluation d'un nouveau marché nettement plus intéressant que le schéma classique d'une création de filiale. TechTransform gère en agence tous les vendeurs marketing, localisation, commercialisation, hébergement, ainsi que le support et intégration techniques.
- Un processus qui permet une validation progressive de l'approche engagée. Au cours de la TechTransformation, le produit ou service cible va être décortiqué et positionné progressivement sur les segments les plus porteurs.

### ***L'Approche Vital***

Née d'une idée originale de Riggs Eckelberry, en plein effondrement des marchés boursiers, TechTransform a démontré qu'une approche empirique des milieux des hautes technologies était non seulement viable mais souvent vital pour des sociétés qui souhaitaient s'internationaliser et notamment s'attaquer au marché Américain.