

# Plan marketing et action commerciale n'auront plus aucun secret pour les startup

Les startup sont souvent confrontées à la difficulté de mettre au point un « bon » plan marketing pour se développer, vendre et prospecter, notamment à l'international. Parce qu'il est nécessaire de mener de front innovation et développement marketing, Nauman Khan a créé en 2008 Blue-Channel. Son objectif : apporter son expertise et préparer la phase de commercialisation des produits que lui confient ses clients.

## Bio-express

### Nauman Khan

- **1962** : Naissance de Nauman Khan le 17 avril à Manchester en Angleterre.
- **1989** : Nauman Khan démarre sa carrière chez IBM France.
- **1995** : Il sera l'un des premiers IBMers en Europe à travailler avec les éditeurs de logiciels.
- **1999** : Il devient « Team leader » au moment où se lancent les premières startup Internet.
- **Mars 2008** : Nauman Khan fonde Blue-Channel.

La plupart des entreprises «Hi-Tech» manquent d'outils nécessaires pour prospecter et vendre leurs produits. C'est à partir de ce constat simple que Nauman Khan a créé en 2008 Blue-Channel. « En France, on ne manque pas de bonnes idées, souvent innovantes », observe Nauman Khan qui tempère son propos lorsqu'il aborde la partie qui est la sienne, à savoir la prospection commerciale. « À travers notre expérience et ce que nous avons pu observer sur le marché des startup, l'innovation ne suffit pas pour passer la barre fatidique des trois ans d'existence de l'entreprise. Il faut alors savoir allier l'innovation avec la partie marketing et notamment sur la prospection commerciale. » Pour le fondateur de Blue-Channel « ce sont deux étapes essentielles pour franchir la barre des trois ans ! » Après avoir passé du temps à observer le marché et avant de lancer Blue-Channel, Nauman Khan a aussi acquis la certitude qu'il fallait coupler l'innovation avec le retour d'expérience des prospects ou des clients. « C'est un point essentiel pour tester son produit et pour coller aux vraies attentes du marché », explique-t-il.

### Allier innovation et plan commercial

Après avoir jaugé le marché, Blue-Channel voit le jour en 2008 et propose depuis deux outils qui doivent les aider à gérer leur prospection commerciale : Go 2 Market (G2M) et Go 2 Prospection (G2P). « Nous n'avons pas de contrat avec nos clients. En fait, nous fonctionnons un peu comme un électricien ou un avocat : nos factures sont en fonction des travaux effectués », précise encore Nauman Khan. Blue-Channel intervient essentiellement pour aider le client à structurer l'approche de la prospection. « Notre expérience en vente internationale sur le terrain fait la différence dans cet environnement très concurrentiel. Nous nous déplaçons avec nos clients sur le terrain, que ce soit à Paris, Londres, Shanghai ou encore Singapour ou Washington, car dans notre démarche de « relationship et cultural selling », il faut rencontrer les prospects et bien comprendre les problématiques globales au-delà de la vente



proprement dite ». C'est ainsi que Nauman Khan a alors développé des services - à l'image de Congress as a Service (CaaS) ou encore de Séminaire as a Service (SaaS) et B2B as a Service (BaaS) - lui permettant de rencontrer les prospects sur place dans leur propre pays. Nauman Khan rappelle aussi que les méthodes et les processus de vente ne sont pas tout à fait les mêmes en Corée du Sud qu'à Londres ou aux États-Unis.

## Ce qu'ils en pensent...

Nous souhaitons diversifier notre offre de service d'ingénierie de maintenance en y intégrant de nouvelles technologies comme l'Internet des objets et la maintenance prévisionnelle (predictive maintenance) en relation avec une solution de gestion de maintenance assistée par ordinateur. Blue-Channel nous a mis en relation avec les équipes techniques et marketing d'IBM qui nous ont présenté les briques et solutions qui pouvaient répondre à notre besoin. Ils nous ont également accompagné afin de mettre en place une stratégie marketing et la déployer sur des salons et des événements clients. Nous sommes à présent revendeur de la solution de gestion de maintenance assistée par ordinateur maximo d'IBM et nous avons généré 150 k€ de chiffre d'affaire sur cette nouvelle activité en 2016.

*Jean-Yves Kbaier – Directeur – Ennovia*

BMI SYSTEM fait appel à Blue-Channel dans le cadre de son développement international pour : ouvrir de nouveaux marchés à l'export, représenter la société sur des congrès et des événements internationaux, analyser les marchés et identifier des cibles/ partenaires potentiels Blue-Channel nous a permis d'aborder très rapidement des marchés export et d'obtenir des contacts et des prospects qualifiés dans les pays cibles de BMI SYSTEM. Blue-Channel met au service de ses clients ses compétences éprouvées en Business Development, sa très bonne connaissance du marché logiciel (indispensable pour une société comme BMI SYSTEM) ainsi qu'une méthodologie rigoureuse dans les démarches commerciales qu'elle mène pour le compte de ses clients.

*Laurent Clerc, Bmi-System.*

J'ai sollicité Blue-Channel dans une démarche de modification de notre politique de communication, nous voulions renforcer notre orientation client. Notre structure TVT Innovation est à l'interface du public et du privé, des territoires et des entrepreneurs; la vision très commerciale de Nauman Khan a été un plus très appréciable. Cette collaboration a eu des effets internes très intéressants grâce à une série de temps de travail en équipe dirigés par Nauman Khan, qui m'a permis de favoriser un changement de point de vue des équipiers et les a aidés à prendre confiance dans leur capacité commerciale. Nous avons bénéficié rapidement des apports de cette collaboration lors d'un déplacement à Londres où nous avons présenté notre activité à un panel d'interlocuteurs ciblés et choisis par Nauman Khan. L'intérêt de l'expertise de Blue Channel a résidé dans la capacité de Nauman Khan de nous amener en un minimum de temps à construire une communication adaptée et à la mettre en oeuvre sur le terrain.

*Patrick Valverde - Directeur Général – TVY Innovation*

## Accompagner les startups en développement

Membre de Retis réseau français des professionnels de l'innovation (au total plus de 80 organisations de type Technopoles, Centres Européens d'Entreprises et d'Innovation, Incubateurs...), Blue-Channel collabore essentiellement avec IBM – une entreprise que Nauman Khan connaît bien pour y avoir longtemps été salarié – dans le but d'afficher et de développer

des partenariats avec les Startup. Depuis quelques années, Blue-Channel s'est imposé comme des experts les plus reconnus de l'accélérateur TVT Innovation pour accompagner les start-ups à structurer leur approche marketing opérationnelle. L'entreprise qui a réalisé en 2016 un chiffre d'affaire de 120 K€ vise à renforcer encore plus sa présence sur les startup de moins de cinq ans en France pour y générer davantage de business. ▀

