

# « Une entreprise de conseil ne rayonne que par son réseau de relations ! »

Il y a trois ans, il fonde un cabinet de conseil spécialisé en marketing technologique. Aujourd'hui, Didier Cohen est à la tête d'ANTHALIA, une petite structure hyper réactive capable de transformer de manière impactante les process opérationnels des sociétés ambitieuses... Focus sur une création d'entreprise exemplaire.

C'est un cabinet de conseil pas comme les autres. Fondé en juillet 2006, par Didier Cohen, un ancien de chez Nokia, diplômé de Polytechnique et de Télécom Paris, ANTHALIA, s'est imposé comme un incontournable du marketing technologique. Cette structure flexible, à taille humaine, est l'une des rares sur le marché du conseil à allier des compétences techniques éprouvées à une sensibilité marketing élevée.

### Marketing et high tech

« ANTHALIA emploie 5 personnes et tient particulièrement à conserver une taille humaine. Elle gère un portefeuille de 20 références clients, en cumul depuis sa création » explique Didier Cohen. Lorsqu'il

produit. « *Le high tech est un univers complexe et il faut une bonne base scientifique et technique pour l'appréhender. Nous réalisons des études de marché pour nos clients mais aussi des études concurrentielles et des business plans, lorsque le client évalue une opportunité pour lancer de nouveaux projets* » ajoute Didier Cohen.

### Transformation de process

Point fort de la société ? ANTHALIA est présente aussi bien en amont du projet qu'en aval. Elle intervient dans la construction du positionnement marketing du client mais peut aussi se positionner comme une assistance à la créativité marketing. « *Nous intervenons jusqu'au marketing*

*l'automatisation d'une chaîne de production, ou l'introduction d'une technologie de rupture pour gagner en productivité...* » explique Didier Cohen.

### Réseau de relations

Point non négligeable, la société peut accompagner techniquement ses clients dans la réalisation concrète de ces changements. Comme le souligne Alban Pingeot, Directeur Général de la société MPO, « *Anthalia est capable de poser les bonnes questions, d'allouer les bons consultants en adéquation avec les missions et de respecter ses engagements, tant en termes de timing que de budgets ; tout cela sur des offres marketing et technologiques innovantes* ». Sur un segment concurrentiel, ANTHALIA fait valoir ses forces : ses compétences sectorielles élevées et sa capacité à mener de front deux expertises difficilement conciliables ailleurs. Et la démarche semble gagnante face à un constat classique : le pur créateur ou concepteur aura du mal à valoriser son produit après sa création, quand au marketeur né, pointu sur le marketing mais non technique, il s'avère souvent moins pertinent dans le design technologique... Stabilisée, ANTHALIA amorce le stade de développement, et entre en croissance régulière. Et Didier Cohen de conclure : « *Nos clients sont notre meilleure vitrine. Ils aiment collaborer avec nous et profiter de nos compétences poussées mais aussi de notre vaste réseau. Une entreprise de conseil ne saurait rayonner autrement que par son réseau de relations. L'interactivité avec nos clients et nos collaborateurs est essentielle pour maintenir notre conseil au top niveau* ».

■ Céline Schmink



Didier Cohen, Directeur d'Anthalia et Jérôme Baumann, Consultant Senior

fonde ANTHALIA, Didier Cohen souhaite capitaliser ses expériences en marketing et en hautes technologies. Il se lance donc dans l'aventure de l'entreprenariat avant tout pour répondre à un besoin du marché qu'il avait identifié dans son parcours. En plus d'un conseil global en marketing technologique, il développe rapidement une seconde branche: la transformation des process opérationnels des grandes entreprises. « *ANTHALIA accompagne les projets de transformations des entreprises et assiste les managers dans la conduite du changement* » précise Didier Cohen. Une activité qui prend aussi en charge le design

*opérationnel. Nous pouvons intervenir sur des problématiques de communication, des argumentaires clients... Mais nous gérons surtout les canaux de distribution de nos clients de manière à développer leurs ventes sur le terrain* » précise Didier Cohen. La transformation des process des entreprises est également un service fort prisé par les clients d'ANTHALIA... En temps de crise, il convient d'optimiser l'existant mais surtout de booster ses performances et sa rentabilité... « *Nous constituons une aide à la décision en matière de changement de process opérationnels. En fonction des situations, nous pouvons recommander*



Pour plus d'informations :  
**ANTHALIA**  
contact@anthalia.fr  
www.anthalia.fr

## Avis d'Expert :

### «Lancer de nouvelles offres avec l'aide d'un Cabinet de Conseil : un calcul payant »



■ Par Didier Cohen, Directeur du cabinet Anthalia.

« Pour se développer, les entreprises doivent se réinventer en permanence. Comment ? En innovant sur les offres de produits et services, pour développer leur marché ou en découvrir des nouveaux. Or, la gestion du quotidien monopolise l'énergie, laissant peu de disponibilité pour la préparation de nouveaux projets. Les effectifs de l'entreprise sont conditionnés par leur perception du marché et de leur environnement extérieur, ce qui influence leur créativité en termes de nouveautés. Il est avantageux de confier à un Cabinet de Conseil extérieur le

pilotage de projets de lancement de nouvelles offres.

Le Cabinet de Conseil peut analyser un marché en toute indépendance et restituer à son client une vision saine des attentes des clients, non biaisée par l'opérationnel court terme. Il est à même d'imaginer des offres et des produits innovants en se concentrant sur les avantages apportés aux clients et sur les réponses aux besoins du marché. Nous avons observé que les résultats de nos analyses contiennent toujours un nombre important de données qui auraient été inaccessibles à nos clients sans l'apport d'un prestataire externe. En combinant expertise sectorielle, méthodologies de travail et maîtrise du management d'équipes transverses, Anthalia permet aux entreprises de faire avancer leurs projets de lancements d'offres rapidement, efficacement, et en en gardant le contrôle ».

■ Propos recueillis par Céline Schmink