

Maven. Première franchise à Lille hors de ses bases de l'Est

• **COMMERCIAL** Après Colmar, le réseau alsacien de conseil en performance commerciale s'implante à Lille et Metz. Olivier du Sartel pilote l'entité nordiste.

Créé en 2005 par Christophe Praud, Maven entame un développement national en franchise par le Nord, suivi de près par Metz pour la Moselle. Une troisième franchise doit voir le jour en ce printemps en Alsace pour permettre au fondateur de devenir franchiseur à part entière. « Nous nous sommes servis du Nord - Pas-de-Calais, la région du commerce, pour écrire la franchise de Maven qui commençait à sortir de l'Est et voulait déployer son concept », explique Olivier du Sartel, ami valenciennois du fondateur. À 47 ans, il a décidé de prendre en main l'entité lilloise du réseau. Un nouveau cap après avoir dirigé une unité du groupe Saint-Gobain pendant six ans et assuré quatre ans la direction commerciale France de Hoyez, PME lilloise spécialiste des cloisons amovibles.

« 100 % commerce »

Son parcours correspond bien à l'esprit Maven (à traduire par « celui qui acquiert des connaissances »). Ce réseau épaulé les PME-PMI jusqu'à 200 personnes qui ont une équipe commerciale à dynamiser ou un problème commercial à résoudre. « Maven accompagne les entreprises uniquement sur la performance orientée 100% commerce », note Olivier du Sartel. Après un audit complet, selon une méthode



A Lille, Olivier du Sartel prévoit une embauche « assez rapidement » vu le potentiel de 4.800 sociétés.

éprouvée, le « Mavénien » propose un plan d'action.

« Nous touchons toutes les personnes de l'entreprise qui travaillent avec le client. Leur premier job n'est pas de vendre, mais elles participent à l'animation commerciale et sont toutes des ambassadrices de l'entreprise. »

Rompu à l'exercice d'écriture de stratégies commerciales, Olivier du Sartel accompagne aussi les sociétés qui n'ont pas ces ressources en interne. « Notre valeur ajoutée, c'est l'accompagnement sur le terrain et pas seulement le conseil », précise-t-il. Nouveaux marchés et produits, innovation, relation client,

marketing... ses champs d'intervention sont vastes. « Souvent, l'organisation commerciale d'une entreprise s'est faite de manière empirique et les entreprises ne mettent pas suffisamment en avant leur valeur ajoutée, constate-t-il. En termes d'innovation par exemple, s'il n'y a pas une démarche commerciale derrière, le projet capote dans la plupart des cas. »

Aide au déploiement

Ses premiers clients s'appellent Sofap (CA : 1,8 M€), jeune entreprise de Bondues qui veut devenir le numéro un du volet roulant du Nord mais qui n'avait pas de directeur commercial, ou la Sfam à la Chapelle-d'Armentières qui veut faire monter un de ses cadres en manager commercial. A EuraTechnologies, Adressing Business fait aussi appel à Maven pour l'aider à déployer son outil d'aide à la prospection. Avec lui encore, l'expert en rayonnages industriels Manorga (Actiflip) monte une académie de vente interne.

En Alsace, Maven emploie cinq salariés pour 350 K€ de chiffre d'affaires (450 K€ prévus cette année). À Lille, Olivier du Sartel prévoit d'atteindre ce cap à trois ans. Il n'exclut pas non plus d'ouvrir des antennes à Douai-Lens, Valenciennes et sur la Côte d'Opale.

Géry Bertrande