



# Des alliances d'affaires stratégiques répondent aux besoins croissants des clients

Lorsque les clients se tournent vers Vertex Logical Solutions Inc. pour leurs besoins d'entreposage ou de distribution dans d'autres parties du pays, l'entreprise établie à Vancouver offre rapidement ces services aux emplacements de ses partenaires stratégiques à Kamloops, Edmonton, Calgary et Toronto.

Vertex possède une installation d'entreposage et de distribution de 120 000 pieds carrés à Vancouver. Mais par l'entremise de partenariats stratégiques établis avec d'autres fournisseurs de services logistiques dans plusieurs parties du pays, Vertex peut donner à ses clients accès à un espace d'entreposage de 500 000 pieds carrés supplémentaires dans des emplacements bien situés pour leur entreprise.



Fourni

David Travers, président de Vertex Logical Solutions, a établi des partenariats stratégiques avec d'autres fournisseurs de services logistiques afin d'offrir à ses clients des solutions et de l'espace d'entreposage à l'échelle du pays.

« Pour croître et être crédible sur le marché canadien, il faut également être présent dans d'autres emplacements clés, affirme David Travers, fondateur et président de Vertex. Nous y sommes parvenus en créant des alliances stratégiques avec des groupes logistiques tiers. »

Ces alliances stratégiques ont permis à Vertex et à ses sociétés partenaires de décrocher des contrats importants et de tirer parti des forces de vente de chacun. Chaque société partenaire exerce ses activités en son propre nom et sous-traite à son partenaire pratiquement tous les contrats qu'elle ne peut pas traiter. Pendant ce temps, le client tire parti de la commodité de faire affaire avec un seul fournisseur pour ses besoins dans plusieurs emplacements.

« Certains clients veulent traiter avec un fournisseur logistique qui peut présenter une offre nationale complète, indique-t-il. Les partenariats stratégiques nous permettent de croître rapidement et de façon fructueuse dans le pays en utilisant les ressources de nos divers partenaires. »

M. Travers soutient que les partenariats stratégiques ont été essentiels à la croissance de Vertex. Au cours des premières années de l'entreprise, celle-ci a noué des alliances avec des groupes qui ont une présence de ventes mondiale, mais qui ne possèdent pas leurs propres installations ayant pignon sur rue à Vancouver.

« Notre harmonisation avec ces groupes nous a amené des clients du monde entier qui recherchaient des services d'entreposage à Vancouver, ajoute M. Travers. En tant que PME, avoir accès à des ressources de vente importantes avec des coûts comprimés est essentiel à la réussite. »



L'approche de M. Travers a été rentable pour Vertex, qui a connu une croissance importante année après année depuis sa fondation en 2005. Au cours des quatre dernières années, alors que M. Travers a élargi son réseau de partenaires stratégiques, les revenus de Vertex ont enregistré une croissance de 40 pour cent.

Il affirme que si son entreprise réussit à tirer parti de partenariats, c'est grâce à une sélection judicieuse. Avant de conclure un contrat de société, il a pris le soin de s'assurer que les valeurs du partenaire potentiel s'harmonisaient à celles de l'entreprise. Il a également choisi des partenaires ayant divers domaines d'expertise afin de créer un réseau de capacités diversifiées.

« Un partenaire peut avoir une expertise dans l'expédition de biens alors qu'un autre peut avoir davantage de compétences et de meilleurs systèmes pour soutenir les processus de finalisation de commande, comme le prélèvement et l'emballage, ajoute M. Travers. Notre propre expertise repose dans le système de gestion d'entreposage, qui constitue une raison pour laquelle nos partenaires et nos clients font appel à nous. »

Paul Woolford, associé de KPMG Entreprise, convient de l'importance de sélectionner ses partenaires avec soin. Il conseille aux propriétaires d'entreprises de prendre le temps d'effectuer un contrôle préalable adéquat avant de conclure tout contrat de société.

Les partenariats les plus fructueux, selon lui, sont ceux où les deux parties présentent une valeur qui va au-delà de l'aspect financier et où le partenariat peut leur apporter des avantages considérables.

M. Woolford ajoute qu'il est également important de s'assurer que la valeur de la marque et la culture de l'entreprise du partenaire potentiel s'harmonisent à celles de votre entreprise.

« Ce n'est pas facile de trouver un partenaire qui convient, ajoute-t-il. Faites votre contrôle préalable. Communiquez pour vous assurer que les deux parties comprennent véritablement l'autre. »

À mesure que Vertex Logical Solutions continue de croître, M. Travers affirme qu'il continuera d'agrandir son réseau de partenaires.

« Vertex ne serait pas dans la position où elle se trouve aujourd'hui sans ces partenariats très précieux, informe-t-il. Nous sommes impatients de conclure de nouveaux partenariats afin de renforcer notre modèle d'affaires. »

---

## Comment Établir des Partenariats Stratégiques pour Faire Croître Votre Entreprise

- 1. Maximisez les économies d'échelle, avec un investissement beaucoup moins important**  
Les alliances stratégiques offrent une occasion de faire croître votre entreprise plus rapidement, tout en continuant de vous concentrer sur vos compétences principales. Lorsque le moment viendra pour une expansion géographique ou la consolidation de votre chaîne d'approvisionnement, au lieu d'investir du temps et des fonds dans l'établissement d'opérations internes et de capacités, considérez vous associer avec une entreprise qui peut travailler avec vous à atteindre ces mêmes objectifs. Vous pourrez ainsi partager les ressources et les capacités tout en atténuant vos risques.
- 2. Choisissez le bon partenaire** Pour créer une alliance réussie, vous devez trouver un partenaire qui s'harmonise bien avec votre entreprise, non seulement en termes d'opérations internes, mais également en ce qui concerne l'image de l'entreprise sur le marché. Vous avez consacré beaucoup de temps à bâtir votre marque et votre

réputation, alors lorsque vous songez aux entreprises avec qui vous allier, assurez-vous que les valeurs qu'elles représentent s'harmonisent bien avec les vôtres.

3. **Effectuez une intégration sans heurts** Bien que l'établissement de partenariats avec d'autres entreprises offre de nombreux avantages, il est important qu'il n'y ait pas d'incidence sur l'expérience client. Vos clients ne veulent pas faire affaire avec plusieurs entreprises pour différents aspects de leurs affaires et voudront qu'un seul canal traite la résolution de problèmes.

*Pour obtenir des conseils aux PME de la Banque CIBC, visitez [cibc.com/conseilsauxentreprises](http://cibc.com/conseilsauxentreprises)*



Cet article a été initialement publié dans le Globe and Mail et sur [globeandmail.com](http://globeandmail.com) dans une série pour les PME intitulée Redefining Success (redéfinir le succès) produite par Randall Anthony Communications Inc. ([randallanthony.com](http://randallanthony.com) / [TheRAC.ca](http://TheRAC.ca)) en collaboration avec le Custom Content Group du Globe and Mail. Reproduit avec autorisation. Tous droits réservés.

Initialement publié en anglais le 27 juin 2014