

Jean-Baptiste Tournier

À l'issue de ses études à l'Essec et après une première expérience comme auditeur chez Arthur Andersen, Jean-Baptiste Tournier prend la responsabilité de l'administration et des finances d'un cabinet international comptant une cinquantaine de conseils juridiques.

Après cinq années consacrées à organiser les fonctions support, il intègre un groupe de services aux entreprises comme directeur financier puis directeur général adjoint, en charge de toute la partie croissance externe, RH, juridique, informatique et communication.

En 2001, il rejoint Freshfields, cabinet d'avocats international, qui lui confie la direction générale, avec notamment pour objectif de fédérer l'action de développement commercial des 40 associés parisiens et de développer une stratégie RH visant à attirer et fidéliser les meilleurs profils recherchés.

C'est fin 2006 qu'il décide de créer sa propre structure de conseil et d'assistance auprès des organisations de conseil et de professions libérales.

Vos préoccupations

sont proches

des cas exposés.

Vous ne trouvez pas

en interne

de solution concrète

satisfaisante.

Contactez

Jean-Baptiste Tournier

BusinessOptim

téléphone

+ 33 (0)6 82 56 56 13

e-mail jbtournier

@businessoptim.com

Conseil en stratégie

et en management

Assistance opérationnelle

auprès des organisations

de conseil et de

professions libérales

BusinessOptim

Notre engagement : répondre concrètement et dans la durée à vos préoccupations stratégiques, de management et d'organisation.

Vos besoins	Un constat	Notre engagement
Atteindre la taille critique et adapter votre structure en fonction de votre environnement concurrentiel.	Chaque associé est toujours soucieux de la stratégie à long terme de sa structure. Parvient-il, pour autant, à s'y consacrer de manière suivie ?	Vous accompagner dans votre réflexion stratégique avec méthode et dans la durée : <ul style="list-style-type: none"> ● en formalisant votre vision et les enjeux de votre organisation ; ● en vous assistant dans la recherche d'éventuels partenaires.
Consacrer le meilleur de votre temps à vos clients et vos dossiers.	Avec un taux moyen de facturation horaire proche de 200 euros, consacrer 10 % de plus de son temps sur une mission pour un client fait gagner 30 000 euros par an et par professionnel.	Trouver les solutions adéquates pour minimiser le temps des professionnels consacré aux questions d'ordre interne. Répartir au mieux les responsabilités en fonction de vos objectifs et des capacités et aspirations de chacun. En particulier : <ul style="list-style-type: none"> ● mettre en place des délégations internes assorties d'une évaluation périodique et d'une compensation en cas de succès ; ● externaliser le pilotage des projets consommateurs de temps (RH, marketing, immobilier, finance...); ● et pourquoi pas vous permettre de vous former à la gestion de votre emploi du temps ?
Développer votre activité sur les créneaux porteurs identifiés.	Chacun a de très bonnes idées. Encore faut-il prendre le temps : <ul style="list-style-type: none"> ● d'étudier leur faisabilité ; ● de les hiérarchiser ; ● de s'assurer de leur mise en œuvre effective. 	Vous assister pour renforcer vos pôles d'excellence en fonction de l'évolution de votre marché. Réfléchir avec vous de l'opportunité d'un rapprochement avec une personnalité ou une équipe. Par exemple : <ul style="list-style-type: none"> ● analyser avec vous les points forts perçus par vos clients ; ● bâtir un plan de développement qui répartit les tâches entre associés, détaille les moyens à mettre en œuvre et fixe les délais et les conséquences en cas de succès.

Vos besoins	Un constat	Notre engagement
Attirer, faire s'épanouir et fidéliser les professionnels d'excellence.	Candidats délaissés, collaborateurs non reconnus, associés qui n'osent pas faire état de leurs frustrations, les sources de démotivations sont nombreuses et réduisent les potentialités des équipes.	Définir avec vous votre stratégie RH. Mettre en œuvre une politique de recrutement, de formation, d'évaluation et de fidélisation pour donner envie aux meilleurs éléments de vous rejoindre et de progresser avec vous. Vous aider à parler « vrai » , éviter les non dits. En particulier : <ul style="list-style-type: none"> ● mettre en place un suivi strict des recrutements pour raccourcir le processus dans le temps ; ● définir et engager une politique de formation graduelle — technique, commerciale, de management — des professionnels.
Disposer des bons outils d'aide à la décision.	Trop d'investissements sont décidés sans qu'une analyse préalable ait permis d'évaluer les retombées financières.	Évaluer l'adéquation entre les outils en place et vos besoins. Vous assister pour introduire les systèmes de gestion nécessaires à la prise de décisions réfléchies. Exemples de mesures de performance : <ul style="list-style-type: none"> ● déterminer les secteurs/clients profitables ; ● savoir évaluer le coût des événements majeurs ou répétitifs : appel d'offres, « rotation » des professionnels, charges de fonctionnement ; ● suivre au plus près la charge de travail de chacun pour optimiser la ressource temps des associés et collaborateurs.
Améliorer l'efficacité des services « support ».	« Notre back-office nous coûte une fortune pour une prestation limitée ». Comment professionnaliser ces collaborateurs et les inciter à se mettre davantage au service des équipes de « front office » ?	Mettre en place une organisation professionnalisée et légère pour répondre au mieux à vos exigences de qualité de service aux clients. Déterminer vos besoins fondamentaux et évaluer, parmi les services accessoires, le rapport coût/avantages. Autres possibilités : <ul style="list-style-type: none"> ● tester l'organisation en référence aux « meilleures pratiques » ; ● mettre en œuvre des indicateurs de performance pour reconnaître et motiver les bons éléments ; ● choisir l'externalisation.