

MCH Group affine son modèle commercial traditionnel

L'histoire de MCH Group commence il y a 100 ans, en 1917, date de la première Foire Suisse d'Échantillons à Bâle. Un événement qui marque le début de l'histoire à succès de la spécialiste internationale en live marketing. Aujourd'hui, MCH Group organise de grands événements comme Baselworld ou Art Basel, qui se tiennent désormais sur trois continents, et jouit d'une présence mondiale grâce à sa division «Live-Marketing-Solutions». Leader de longue date sur le marché des foires et salons suisses, MCH Group a pu également renforcer sa renommée sur la scène internationale et tripler son chiffre d'affaires ces 10 dernières années.

Potentiel énorme pour le marché des salons et des foires

Stephan Peyer, Chief Development Officer, est chargé depuis plusieurs années du développement de l'entreprise. Adapter le modèle commercial au numérique est l'une de ses préoccupations majeures. «Les cassandre prédisent la mort des foires et salons depuis l'apparition d'Internet, à cause des nouvelles plateformes numériques. L'expérience a montré que ce n'est pas le cas. Au contraire. La numérisation peut offrir une énorme plus-value dans notre domaine d'activité.»

C'est pourquoi Peyer tente, par des approches innovantes, de faire profiter son entreprise, les visiteurs des foires et les exposants du potentiel numérique. «Tout est dans l'utilisation pour cette triade. Aucune partie n'est le seul moteur, c'est un réseau complexe qui se développe continuellement.»

Le petit plus apporté au contact personnel

Peyer est d'avis que le numérique doit servir aussi la personnalisation. Pour une de ses foires, le MCH Group a développé une application qui permet au visiteur/utilisateur intéressé de voir où, dans le monde, se tient un événement d'un exposant susceptible de l'intéresser. L'utilisateur intéressé par l'un ou l'autre des événements indiqués peut s'y inscrire automatiquement et le faire apparaître sur son agenda individuel. «Le contact personnel est fondamental dans une foire. Et si nous pouvons, grâce à cet outil, soutenir et aider nos exposants, tout le monde en profite et y gagne.»

«Nous restons attentifs à toutes les évolutions importantes du marché.»

Live is life

Peyer souligne l'importance des expériences en direct. «Dans bien des cas, il faut tisser des liens de confiance entre l'acheteur et le vendeur d'un produit, car la relation ainsi nouée survivra à l'acte d'achat proprement dit. Soit parce que le produit l'exige, pour des questions de maintenance et de service, ou tout simplement parce que l'ampleur de la transaction dépassent le simple échange d'argent et de marchandise. Le numérique ne permet pas d'établir cette confiance qui a donc besoin d'un contact physique. Ce qui ne signifie pas que la partie numérique d'une transaction, p. ex. l'exécution numérique aussi simple que possible d'un virement, ne peut pas contribuer à établir un lien de confiance entre l'acheteur et le vendeur.» La mission de MCH Group consiste donc à combiner marketing direct et numérique.

«Par les temps qui courent, mieux vaut avoir plusieurs cartes en mains que jouer son va-tout.»



Stephan Peyer, CDO (Chief Development Officer) MCH Group SA

Identifier les tendances durables

«Nous restons attentifs et observons en permanence toutes les évolutions numériques importantes du marché. Il est fort probable, que des modèles commerciaux révolutionnaires, pour ne pas dire «disruptifs» apparaissent du jour au lendemain», nous dit Peyer. En même temps, il met en garde, à cette époque où tout va si vite, contre des décisions irréfléchies. «Une nouvelle technologie peut être dépassée dans six mois déjà. Nous devons donc réfléchir sérieusement aux innovations que nous voulons adopter ou non.» C'est pourquoi MCH Group étudie plusieurs initiatives numériques en même temps, les observe et les évalue en permanence. «Par les temps qui courent, mieux vaut avoir plusieurs cartes en mains que jouer son va-tout. Nous verrons ce qui s'impose à long terme.»

MCH Group SA

La société holding MCH Group SA dont le siège est à Bâle, est née de la «Foire Suisse d'Échantillons» (la future Foire de Bâle), créée à Bâle en 1916. MCH Group, placé sous la direction de René Kamm son CEO, est une entreprise internationale de premier plan dans le domaine du live marketing, qui offre un réseau de services complet sur le marché des foires et événements. Elle est cotée à la SIX Swiss Exchange et compte près de 730 collaborateurs.

www.mch-group.com