



Dany Allaoui

Tél. : 06 0876 4040

direction@luminances.com

50 ans

Expert en Innovation auprès de l'UE sur le projet Europa INNOVA

Aider les entreprises à Révéler et Vendre leurs Avantages Concurrentiels.

Mots clefs :

*Innovation - Avantage humain - Créativité - Intuition - Business development -
Coopération interentreprises - Transferts technologiques - Protection Intellectuelle et
Industrielle.*

Depuis plus de trente ans : il traque l'innovation là où elle se trouve et l'aide à déboucher sur le plan commercial

Un triple regard permanent comme principale force

L'une des forces principales de Dany Allaoui repose sur une triple expérience et formation : l'innovation, le commercial et la technique. Ce triple regard lui permet de résoudre des problèmes complexes liés à la recherche d'innovations rentables et à leurs commercialisations. Pour lui le terme innovation intègre aussi les notions de veille stratégique et de protection intellectuelle/industrielle.

Il est intimement convaincu que l'humain, cet actif immatériel incontournable, est au centre du développement des organisations : c'est l'avantage concurrentiel majeur des entreprises.

Conseil en Avantages Concurrentiels

Fort de son parcours technique (informatique, électronique, génie mécanique) et son passage dans des structures très innovantes (telle que Gore-Tex) il a compris dès 1988 qu'innovation rime avec avantage concurrentiel et que la vente d'un produit ou d'un service doit prendre appui sur les avantages concurrentiels du couple société/offre.

Ce qui a déclenché sa volonté d'aider les entreprises à révéler leur potentiel d'innovation à d'abord été un premier choc : celui de la découverte en 1987 des techniques créatives et la rencontre avec **Edouard de Bono**, conseiller du PDG de Sony, pendant un séminaire de quatre jours à l'hôtel Sheraton de Munich.

Le second choc a été son passage à l'ESSEC où il a acquis une structure de raisonnement commercial.

Ces deux prises de conscience sont à l'origine de la création de **Luminances**, cabinet conseil dont l'objet premier est la **bonne conduite des pratiques innovantes dans les entreprises** et du **meilleur processus commercial pour les vendre**.

Diagnostic commercial pour améliorer l'efficacité commerciale

Les avantages concurrentiels comme point focal pour le développement commercial

Pour réussir, les dirigeants doivent être capables de voir rapidement les points de dysfonctionnement et les points d'amélioration de leur démarche commerciale tant du point de vue de la force de vente que du processus commercial. Il leur faut clarifier les symptômes de ce qu'ils perçoivent et éclairer leurs réflexions de manière à ce qu'ils puissent réellement piloter leur action. En respectant ces conditions ils pourront alors agir sur ce qui pèse sur l'ensemble de leur processus commercial de manière réaliste et efficace.

C'est pour cela qu'il a mis au point en 2003 le diagramme Luminoscope © qui met en lumière les points de cohérence entre la stratégie d'une entreprise, son processus commercial et la dimension RH.

Il utilise un test pour déterminer l'efficacité commerciale individuelle : car le plus important est de savoir ce que le commercial ne sait pas ... pour lui apporter ce qui lui manque afin de s'améliorer.

Coaching de chefs d'entreprises innovantes depuis 1999

Les avantages concurrentiels comme point focal pour le développement commercial

Depuis 2004, dans le cadre du Service Entrepreneuriat de l'ESSEC il accompagne des créateurs et des repreneurs d'entreprises innovantes en mettant l'accent sur les éléments clés/base du projet.

Il coache régulièrement des porteurs de projets qui rencontrent des obstacles sur le développement commercial de leur société.

Il est membre fondateur du club ESSEC PME- PMI. Créé en janvier 2005 ce club a pour vocation de réunir tous ceux, parmi les 26.000 diplômés ESSEC dans le monde, et beaucoup d'autres non ESSEC, qui se reconnaissent dans la problématique de la PME et de l'Entrepreneuriat, dans une structure d'accueil, ouverte vers l'extérieur, pour échanger et mutualiser leur expérience, et donc s'enrichir de leurs connaissances.

« Il est le concepteur du concept de « la Centrifugeuse » et le succès qu'il remporte auprès de nombreuses sociétés et organismes d'aide aux dirigeants, témoigne de sa pertinence et de son acuité en matière d'innovation et commerciale, et particulièrement de son efficacité, parfois surprenante, mais toujours extrêmement rentable, et de fait vite amorti ! »

Etudes et recherches

Recherches personnelles sur la relation entre la volition (acte par lequel la volonté se déclare), l'intuition et les pièges de l'intelligence.

Il est actuellement enseignant et directeur de mémoire à l'ITIN, école d'ingénieurs, dans le domaine de l'innovation.

Il a développé, fin 2005, une formation axée sur l'innovation, la créativité et les avantages concurrentiels pour l'organisme Elice qui aide des groupes de firmes à créer leurs entreprises.

En 1989, il a été l'un des précurseurs à parler et former au Mind Mapping (Tony Buzan)

C'est sur la base de son expertise qu'il a rédigé un document de vingt pages, expédié en 1993 aux instances de l'UE expliquant la manière d'augmenter les chances de succès commercial des projets de hautes technologies.

Animateur/formateur en créativité dès 1990, en électronique en 1976, aéromodélisme en 1975 au CASO, fusées expérimentales en 1984, Mind Mapping (Tony Buzan) en 1989.

ESSEC – MBA ; formations à la créativité Edward de Bono ; stage Design Industriel à Olivier de Serres Paris ; protection intellectuelle ; licence -Electronique, Informatique- Paris 6 ; DUT Génie Mécanique Aéronautique - IUT Ville d'Avray

Méthode et outils

Il a travaillé et mis au point une méthode pour accompagner les techniciens et scientifiques à comprendre l'importance d'associer les pensées logiques et créatives pour résoudre certains types de problématiques ... L'analyse rationnelle ne suffit pas toujours.

Les méthodes créatives de Bono : les six chapeaux, les méthodes alternatives combinatoires, la provocation, la création d'hypothèses, etc.

Aujourd'hui une partie de ses recherches est consacrée à la méthode TRIZ et ARIZ appliqué au monde de l'entreprise et plus particulièrement au développement de l'innovation rentable et aux coopérations interentreprises (Comment appliquer la forme de la contradiction pour déboucher sur des innovations ?)

Il vient d'être référencé expert en innovation sur le projet européen Europa INNOVA.

Il a mis au point un algorithme d'évaluation pour diagnostiquer les chances de succès commercial des projets de hautes technologies.

Quelques noms des sociétés qui lui ont accordé leur confiance ...

Télérelief, Aérospatiale, Gore-Tex, Commission européenne, K-SERRAS, Alcatel, Matra Espace, Alcatel Espace, CNES, Jaluna, Cofidur, Salvi France, 1001Services, ESSEC, ELICE, CCIP, Plato CCIV, ITIN, CEA.