



**JP SCANDELLA**

PARTNERS

# SYNTHÈSE

Candidat

**John Doe**

Email

**john@gmail.com**

Date d'évaluation

**9 décembre 2025**

## 1. Compte-rendu de synthèse

John Doe se présente clairement comme un profil d'entrepreneur bâtisseur-stratège. Son départ d'un partnership confortable chez Axiom Strategic Partners pour racheter Meridian Consulting Group en 2010 montre une préférence nette pour la prise de risque et l'indépendance plutôt que la sécurité d'un grand cabinet. La trajectoire – faire passer Meridian d'une structure de 8 personnes à un cabinet de 40 consultants, avec un repositionnement sur la transformation digitale puis l'ESG – révèle un fil conducteur : il construit des plateformes collectives plus qu'il ne cherche une carrière individuelle linéaire. Ce qui domine dans son parcours, ce n'est ni la spécialisation technique pure ni la simple direction opérationnelle, mais la capacité à concevoir une trajectoire d'entreprise, à l'incarner et à l'ajuster dans le temps.

Les forces distinctives de John tiennent d'abord à sa lucidité stratégique sur les inflexions de marché et sa capacité à les transformer en offres crédibles. Le lancement et la structuration d'une offre ESG qui représente aujourd'hui 25 % de l'activité du cabinet, avec des marges supérieures, illustrent cette aptitude à capter une tendance de fond, à lui donner un contenu opérationnel et à en faire un levier de différenciation. Ensuite, il se distingue par une exigence d'impact concret, loin d'un conseil cosmétique : la mission chez NovaTech Industries, avec une réduction des délais de production de 35 % et des coûts de non-qualité divisés par deux, ancre sa légitimité dans des résultats mesurables. Enfin, son rapport à l'intégrité – refus de certaines missions non alignées avec ses valeurs, volonté de travailler avec des entreprises engagées dans une transition crédible – donne à son positionnement de dirigeant une cohérence rare entre discours et décisions.

L'enjeu central pour la suite n'est pas de « faire plus » mais de changer de registre de leadership : John arrive à un moment où la croissance de Meridian rend insuffisant un modèle très centré sur sa personne. Les difficultés évoquées – départ d'un associé sur fond de divergences stratégiques non tranchées assez tôt, perte d'une directrice de mission faute de réponse à ses attentes d'évolution, échec du projet d'intégration d'IA avec un distributeur pour cause de sous-estimation technique et de coordination insuffisante – convergent vers un même nœud : passer d'un dirigeant bâtisseur très engagé dans les dossiers à un architecte d'organisation qui sécurise la suite par la clarté des choix, la construction de relais et l'anticipation des points de rupture. Ce n'est pas une faiblesse, mais un changement d'échelle à orchestrer lucidement.

Dans cette perspective, plusieurs pistes stratégiques s'imposent. D'abord, créer le « moment structurant » recommandé avec les équipes pour partager de manière explicite la vision IA et ESG, non comme un simple discours, mais comme un travail collectif de traduction en offres, en critères de choix clients (cas typique de Stellmark) et en priorités de recrutement. Cela permettra de déplacer la vision de la tête du dirigeant vers un référentiel partagé. Ensuite, formaliser rapidement une doctrine IA – ce que l'IA change ou ne change pas dans le métier de Meridian, les domaines où le cabinet veut être leader et ceux où il s'appuie délibérément sur des partenaires – afin de sécuriser les prochains projets et éviter la répétition de l'épisode du distributeur de 2022. Enfin, organiser méthodiquement la succession : définition du rôle de numéro 2, critères de choix, plan de

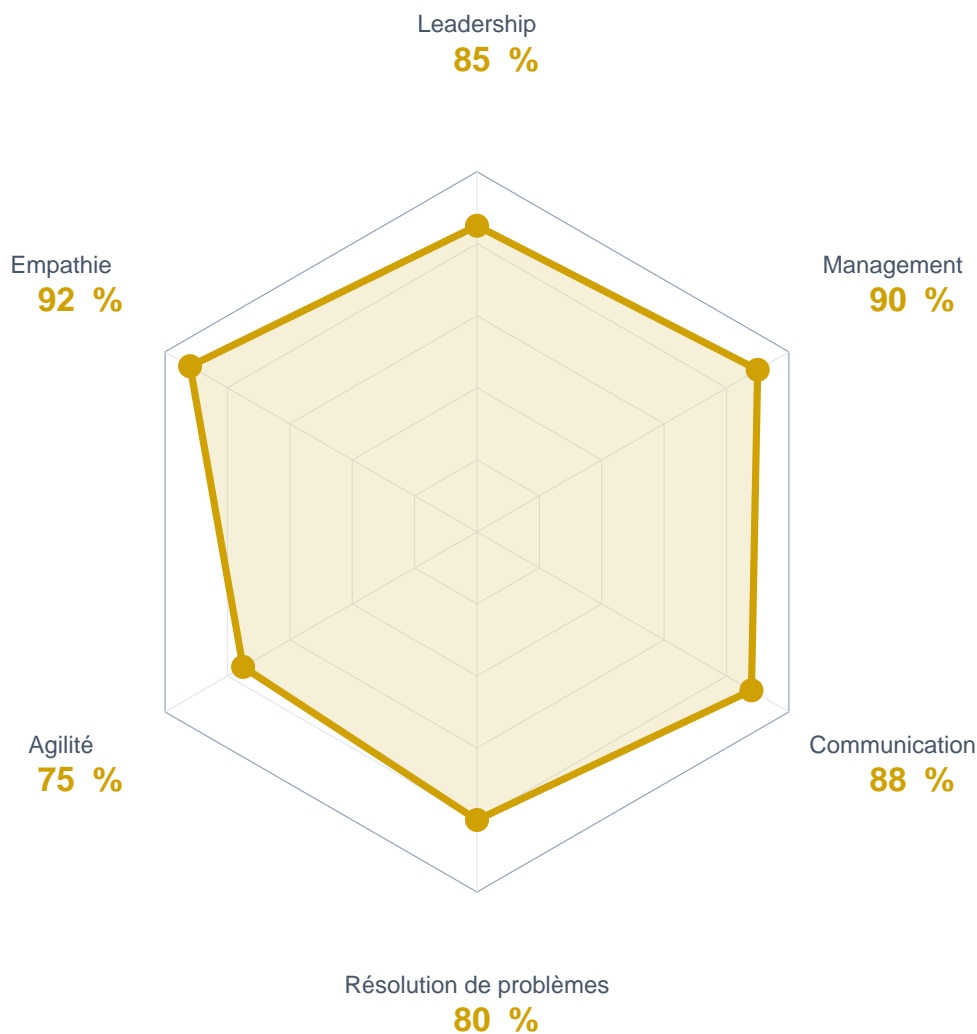
---

développement de 2-3 profils clés, et ajustement de la gouvernance pour que certaines décisions structurantes ne reposent plus uniquement sur John.

Si ces chantiers sont menés avec la rigueur dont il a déjà fait preuve sur le business, John a les cartes en main pour faire de Meridian une référence reconnue sur deux axes : la transformation responsable (IA et ESG combinées) et le conseil à fort impact mesurable. Son aspiration à mieux équilibrer temps opérationnel et temps stratégique est cohérente avec ce tournant : en se libérant de certaines prises en charge directes et en investissant dans la montée en puissance de ses futurs leaders, il peut passer d'un cabinet « porté par son fondateur » à une entreprise structurée, attractive pour des talents de haut niveau et lisible pour le marché. À moyen terme, il peut ainsi devenir l'un de ces rares dirigeants de conseil qui réussissent non seulement une première phase de création et de croissance, mais aussi la phase plus exigeante de transmission et de consolidation d'une maison qui lui survivra.

## 2. Profil des compétences

Ce profil résulte du croisement des éléments recueillis lors de votre entretien et de l'évaluation du consultant. Les pourcentages fournis sont des indicateurs permettant de pondérer chaque compétence et d'affiner la lecture qualitative des points forts et des axes de progrès.



## 3. Forces et traits distinctifs

### Forces et réalisations principales

**Pilotage de la croissance de Meridian, passé de 8 à 40 consultants en 14 ans avec un chiffre d'affaires multiplié par six, tout en assumant le rôle de CEO et en repositionnant le cabinet sur la stratégie et la transformation digitale.**

**Conception d'offres innovantes en phase avec les tendances de fond : structuration d'une offre ESG représentant 25% de l'activité avec des marges supérieures et ambition affichée d'intégrer l'IA au cœur du positionnement du cabinet.**

**Conduite de transformations digitales à fort impact démontrée chez NovaTech Industries, avec une réduction des délais de production de 35% et une division par deux des coûts de non-qualité grâce à la refonte de la chaîne de valeur.**

**Capacité analytique élevée et problem solving structuré (score 80) : compréhension rapide des enjeux, décomposition fine des problèmes et mise en cohérence des leviers opérationnels et stratégiques avant d'engager les équipes.**

**Relation client de haut niveau, soutenue par une forte empathie (92) et une communication efficace (88) : les dirigeants soulignent sa façon de poser les questions que personne n'ose formuler et de s'engager réellement dans les projets.**

**Leadership et management éprouvés (85 et 90) dans un contexte entrepreneurial : rachat d'un cabinet, gestion d'une divergence entre associés, recentrage de la vision et volonté claire de préparer la succession et les futurs leaders.**

**Orientation éthique et impact forte : refus de missions non alignées avec ses convictions, volonté de créer une valeur réelle chez les clients et d'accélérer la transition environnementale via les offres ESG et IA.**

### Traits de personnalité distinctifs

- Exigeant et parfois impatient lorsqu'il a une vision claire, ce qui peut le rendre brusque, mais crée un rythme soutenu et une forte tension vers le résultat.
- Profil profondément analytique, qui cherche à comprendre en profondeur les systèmes et à poser les questions difficiles avant de trancher, même si cela bouscule parfois ses interlocuteurs.
- Très orienté impact réel plutôt que volume de missions, ce qui le conduit à refuser certains contrats et à privilégier des projets où l'alignement d'intérêts avec le client est fort.

- Empathique et à l'écoute côté clients, capable de capter rapidement leurs enjeux, tout en pouvant paraître plus distant en interne s'il ne prend pas le temps de se rendre disponible pour les équipes.
- Entrepreneur stratège, capable de décisions structurantes (rachat, repositionnement, sortie d'associé), mais lucide sur le coût de certains arbitrages tardifs pour la stabilité des équipes.
- Conscient de ses angles morts managériaux, notamment sur l'attention individuelle aux consultants, et motivé par l'idée de mieux identifier, développer et faire émerger les futurs leaders du cabinet.

## Valeurs fondamentales

*John place l'intégrité au centre de ses choix, préférant renoncer à une mission plutôt que de compromettre ses convictions, et cherche systématiquement l'alignement d'intérêts avec ses clients. L'impact à long terme guide ses décisions : structuration d'offres ESG, projets de transformation digitale et réflexion sur l'usage de l'IA. Il transmet cette exigence de sens à ses équipes en les invitant à concilier performance économique, responsabilité environnementale et développement de nouveaux leaders au sein du cabinet.*

## 4. Personal Branding et Positionnement

### Positionnement professionnel

Vous êtes aujourd'hui un entrepreneur-bâisseur à la tête d'un cabinet de conseil que vous avez fait évoluer d'une petite structure opportuniste vers une maison de transformation reconnue. Votre singularité tient à votre capacité à lire tôt les inflexions de marché (digital, ESG, IA), à les traduire en offres concrètes et à en piloter l'atterrissage opérationnel chez des industriels et grands groupes en quête d'impact mesurable. Vous êtes légitime auprès de dirigeants qui veulent des transformations responsables, assumant les arbitrages difficiles plutôt que le conseil cosmétique. Le projet que vous portez maintenant n'est plus seulement de gagner des missions, mais de consolider une plateforme collective : faire de Meridian une référence durable de la transformation responsable, en organisant la relève, en clarifiant votre doctrine IA/ESG et en alignant vos choix de clients, de talents et de partenaires sur cette ambition.

### Priorités de développement

- 1 Organiser un séminaire stratégique avec vos managers pour poser la vision IA/ESG, définir 3-4 offres phares et les critères de sélection clients, puis la formaliser en feuille de route sur 12 mois.
- 2 Clarifier la gouvernance de Meridian en définissant le rôle de numéro 2, les responsabilités déléguées et un plan de développement pour 2-3 profils clés, à déployer progressivement sur 18-24 mois.
- 3 Sécuriser un socle de compétences IA en recrutant un lead technique ou en scellant une alliance stratégique, puis lancer 1 à 2 projets pilotes maîtrisés pour tester méthode et modèle économique.
- 4 Transformer vos succès NovaTech et ESG en actifs marketing : études de cas, méthodologies et récits clients, pour armer les associés et renforcer le discours de différenciation d'ici l'an prochain.
- 5 Instaurer des rituels de développement pour vos consultants clés : entretiens dédiés à leurs trajectoires, feedback structuré sur missions et co-construction de plans de progression sur 12-18 mois.
- 6 Réactiver vos réseaux HEC et ex-Axiom pour identifier partenaires IA/ESG et accès à des clients alignés, en ciblant quelques relations stratégiques avec qui co-construire offres et événements.
- 7 Rééquilibrer votre agenda en réservant des plages récurrentes au travail de vision, de mentoring des futurs leaders et de veille marché, afin d'ancrer votre posture d'architecte d'organisation.