



## Hamish Taylor

### CHEF D'ENTREPRISE

La plupart des grandes entreprises reconnaissent que leur prochaine initiative doit sortir des sentiers battus de leur secteur. Elles peinent toutefois à tirer parti de cette prise de conscience. Les équipes internes ont tendance à se rabattre sur des comparaisons avec leurs pairs, sur des études clients qui ne font que confirmer leurs hypothèses existantes, et sur des processus d'innovation qui aboutissent à des fonctionnalités produit incrémentales plutôt qu'à des offres repensées.

Hamish Taylor, ancien PDG d'Eurostar et de Sainsbury's Bank, aide les entreprises à repenser leur offre client en s'inspirant délibérément d'idées issues d'autres secteurs.

## biographie de Hamish Taylor 2026

### Pourquoi les entreprises font appel à Hamish Taylor

- Une expérience de direction dans trois secteurs sans rapport les uns avec les autres au niveau de la direction générale : une compagnie aérienne chez British Airways, le transport ferroviaire transfrontalier chez Eurostar et la banque de détail chez Sainsbury's Bank, toutes ces fonctions occupées avant l'âge de 40 ans.
- Une méthode d'innovation spécifique, et non un simple appel à penser différemment. L'approche « Masterthief » consiste à associer un problème commercial défini à un secteur sans rapport qui a déjà résolu un problème structurellement similaire, puis à transposer ce mécanisme dans le domaine d'origine.
- Des transferts intersectoriels concrets qu'il peut expliquer de A à Z : des designers d'intérieur de yachts intégrés à la conception des cabines de British Airways, la gestion des files d'attente de Disney appliquée à l'expérience aéroportuaire, l'arbitrage du rugby intégré à la gestion des risques et de la conformité bancaires.
- Un statut de conseiller senior à la hauteur de l'auditoire. Il préside le comité consultatif EMEA de l'université Emory, est administrateur non exécutif de Chartered Brands, administrateur de la bourse Robert T Jones et lauréat du prix Sheth Distinguished International Alumnus Award de l'université Emory.
- S'adresse à tous les publics, des membres du conseil d'administration et des PDG au personnel opérationnel de première ligne, en adaptant son contenu à chaque niveau plutôt qu'en utilisant une présentation unique et figée.

### Faits marquants de sa biographie

- Ancien PDG du groupe Eurostar, qu'il a rejoint en 1997 en tant que

#### DISPONIBLE POUR

- Engagement après le dîner
- Intervention

#### IES THÈMES D'INTERVENTION DE HAMISH

- Expérience client et marketing
- Gestion du changement
- Innovation et disruption
- Stratégie de marque
- Stratégie et croissance d'entreprise

#### LANGUES: Anglais

directeur général d'Eurostar (UK) Ltd avec pour mission de redresser la situation après de lourdes pertes.

- Ancien PDG de Sainsbury's Bank, la coentreprise entre J Sainsbury plc et la Bank of Scotland.
- Ancien responsable de la gestion de la marque chez British Airways, chargé des produits First, Club World, Club Europe, Concorde et Shuttle, y compris l'introduction des sièges-lits.
- Élu « Rail Professional Business Manager of the Year » en 1998 pour ses résultats chez Eurostar.
- Prix Sheth Distinguished International Alumnus, Université d'Emory ; présidente du comité consultatif EMEA d'Emory.
- Membre du Chartered Institute of Bankers et du Chartered Institute of Transport.

## **Biographie**

Eurostar existait depuis trois ans et enregistré de lourdes pertes lorsque Hamish Taylor a pris la direction des opérations britanniques en 1997. En l'espace de deux ans, il dirigeait le groupe Eurostar au Royaume-Uni, en France et en Belgique, et avait été nommé « Rail Professional Business Manager of the Year ». À 36 ans, il avait déjà occupé le poste de responsable de la gestion de marque chez British Airways, où la relance des classes Club World, Club Europe et First Class avait notamment inclus l'introduction de sièges-lits.

À la fin de l'année 1999, il avait de nouveau changé de poste, cette fois pour diriger Sainsbury's Bank en tant que PDG, la coentreprise entre J Sainsbury et la Bank of Scotland. Trois secteurs d'activité, trois mandats de PDG, le tout avant même d'avoir atteint l'âge de 40 ans. Le schéma était le même dans tous les cas : une organisation qui avait cessé de chercher des réponses en dehors de son propre secteur, et une offre client qui s'était éloignée de ce que le client appréciait réellement.

Ce schéma est à la base de son travail actuel. L'Inspired Leaders Network l'a surnommé « Masterthief » (le maître voleur) pour la façon dont il aborde l'innovation comme un exercice de transposition. Des designers d'intérieur de yachts ont aidé à repenser les cabines d'avion. La gestion des files d'attente chez Disney a inspiré l'expérience aéroportuaire. La logique de l'arbitrage du rugby a été appliquée au risque bancaire et à la conformité. Chaque transposition était une adéquation structurelle entre un problème et un secteur qui avait déjà résolu un problème équivalent.

Aujourd'hui, il conseille des entreprises et des gouvernements en matière d'innovation, d'orientation client et de leadership, préside le comité consultatif EMEA de l'université Emory, siège en tant que directeur non exécutif de Chartered Brands et est administrateur de la bourse commémorative Robert T. Jones. L'université Emory a récompensé son travail en lui décernant le Sheth Distinguished International Alumnus Award.

## **Principaux thèmes de ses interventions**

- Innovation intersectorielle et transfert d'idées
- Transformation des entreprises axée sur le client
- Stratégie de marque et conception de l'offre client
- Leadership du changement organisationnel
- Innovation en matière de services dans les secteurs réglementés
- Stratégie de croissance après un redressement

## Idéal pour

- Les PDG et les comités de direction qui redéfinissent leur proposition client après un changement structurel sur leur marché
- Les directeurs marketing, responsables de marque et d'expérience client qui traduisent la stratégie en réalité opérationnelle
- Les responsables de l'innovation, de la transformation et de la stratégie qui ont besoin d'une méthode de travail, et non d'un discours sur la culture
- Les conseils d'administration des secteurs réglementés à la recherche d'un point de vue externe sur la clientèle et la croissance

## Résultats attendus

- Une technique spécifique pour trouver des sources d'innovation en dehors du secteur, avec des exemples concrets issus de l'aviation, du rail et du secteur bancaire.
- Une vision plus claire de l'écart entre la proposition client de leur organisation et la définition réelle de la valeur par le client.
- Un langage concret pour décrire la différence entre l'analyse comparative sectorielle et l'identification des problèmes structurels.
- Des cas de référence de BA, Eurostar et Sainsbury's Bank qui s'adaptent à leur propre contexte plutôt que de rester de simples anecdotes.

## Hamish Taylor's 2026 talks & ; topics

### Notre engagement envers nos clients

Une méthode de travail visant à placer le client au cœur de l'activité de l'organisation plutôt qu'à la fin du processus.

### Points clés à retenir :

- Lorsque les études clients standard renforcent l'offre existante plutôt que de la tester
- Comment interpréter les signaux subtils des clients que les études quantitatives ont tendance à filtrer
- Une approche « table rase » de la conception de l'offre qui résiste à la réalité opérationnelle

---

### Le maître voleur

La méthode d'innovation intersectorielle, illustrée par les transferts que Taylor a lui-même mis en œuvre dans les secteurs de l'aviation, du rail et de la banque.

### Points clés à retenir :

- Comment identifier un secteur qui a déjà résolu un problème structurellement équivalent
- L'étape de transposition qui détermine si l'idée empruntée fonctionnera dans le nouveau contexte

- Pourquoi la plupart des programmes d'innovation internes se cantonnent par défaut à des fonctionnalités incrémentales et comment sortir de ce schéma par défaut

### **Jouer au football à l'envers**

L'engagement des employés lors d'un changement organisationnel, articulé autour de l'ambition, de la simplicité et d'une conception axée sur le client.

#### **Points clés à retenir :**

- Pourquoi les programmes de changement perdent-ils l'alignement entre la stratégie et les comportements sur le terrain ?
- Le rôle de l'ambition en tant que mécanisme de coordination au sein d'équipes décentralisées
- Comment faire en sorte que les résultats attendus par les clients restent clairs pour le personnel soumis à la pression opérationnelle

## **Hamish Taylor's Videos**



## **Ce que disent les clients de Hamish Taylor**

En termes de qualité et de prestige des entreprises pour lesquelles il a travaillé, des missions qu'il a menées à bien, de sa formation et de ses réalisations, Hamish Taylor... est difficile à battre.

*Le Times*

Hamish est tout ce qu'on peut espérer d'un intervenant - et ma plus grande crainte, c'est qu'il place la barre trop haut pour les autres intervenants

*Maersk*

L'une des meilleures présentations que j'aie jamais vues, sans parler de la chance que j'ai eue de la présider

*Président, Conférence des directeurs informatiques organisée par The Economist*

Hamish a partagé des réflexions très intéressantes, illustrées par de superbes anecdotes tirées de la vie réelle, qui ont trouvé un écho auprès de l'ensemble du public. Même deux semaines après la conférence, les participants continuent d'évoquer son intervention, de s'y référer et de la mettre en pratique dans leur comportement quotidien et leur travail... Je le recommanderais sans hésiter à d'autres entreprises.

*Swiss Re*

## Hamish Taylor's 2026 speaking fees

Les frais spécifiques sont compris dans les fourchettes indiquées. Celles-ci sont présentées à titre indicatif et peuvent être modifiées sans préavis.

	EUR	GBP	USD
<b>Pays d'origine</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Asie-Pacifique</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Europe</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Moyen-Orient et Afrique</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Amérique du Sud</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Royaume-Uni</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000

<b>Côte Est des Etats-Unis</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Côte ouest des États-Unis</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Virtuel</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000