



MÉTHODE BOUSSOLE™

Les indispensables pour développer son entreprise en 2026

Les bonnes questions à se poser avant d'investir son temps, son budget et ses ressources



Ioana Ungureanu

Consultante et formatrice en développement d'entreprise, spécialisée dans la synergie marketing & commercial

Créatrice de la méthode BOUSSOLE™

Aujourd'hui, le plus difficile n'est plus de trouver des solutions.

C'est de savoir lesquelles méritent vraiment votre attention.

Les dirigeants de TPE et PME n'ont jamais eu autant de possibilités pour développer leur activité.

Créer un nouveau site internet. Améliorer son référencement. Développer sa visibilité sur les réseaux sociaux. Lancer des campagnes publicitaires. Utiliser l'intelligence artificielle. Automatiser certaines tâches. Développer la prospection. Fidéliser davantage ses clients...

Les solutions sont nombreuses.

Le temps, lui, ne l'est pas.

Depuis plusieurs années, j'accompagne des dirigeants qui souhaitent développer leur entreprise.

Au début de chaque accompagnement, les questions sont presque toujours différentes.

« Est-ce qu'il faut refaire notre site internet ? »

« Est-ce qu'on devrait être plus présents sur LinkedIn ? »

« Est-ce que le référencement est vraiment rentable ? »

« Faut-il investir dans l'IA ? »

Puis, après quelques échanges, je fais souvent le même constat.

Le problème n'est presque jamais le site internet.

Ni les réseaux sociaux.

Ni la publicité.

Le véritable défi consiste à savoir **quelle est la prochaine décision qui fera réellement avancer l'entreprise.**

Autrement dit, remettre toutes les pièces du puzzle dans le bon ordre.

C'est précisément l'objectif de ce guide.

Il ne vous apprendra pas le marketing.

Il vous aidera à prendre du recul afin de mieux piloter le développement de votre entreprise.



« Ioana, je pense que notre site internet est devenu notre principal problème. »

Un site internet performant n'est pas forcément un site qui génère plus de clients.

Cette phrase, je l'entends régulièrement.

Et pourtant, après analyse, le site internet est rarement le véritable problème.

Je repense notamment à une entreprise qui envisageait de refaire entièrement son site.

Son dirigeant était persuadé que c'était la raison du manque de demandes de devis.

Après avoir analysé son activité, nous avons constaté que très peu de prospects qualifiés arrivaient sur le site.

Le site n'était donc pas le point de blocage.

Refaire le site aurait simplement coûté plusieurs milliers d'euros sans résoudre le problème principal.

Nous avons d'abord travaillé sur les actions qui permettaient d'attirer les bonnes personnes.

Quelques mois plus tard, le site était quasiment identique... mais les demandes avaient nettement augmenté.

Avant d'investir dans un nouvel outil, posez-vous toujours cette question :

Le problème vient-il vraiment de l'outil... ou de ce qui se passe avant ou après son utilisation ?



PRENEZ UNE MINUTE

Si votre site recevait deux fois plus de visiteurs demain, êtes-vous certain d'obtenir deux fois plus de demandes de devis ?

Si ce n'est pas le cas, où se situe réellement votre principal point de blocage ?



LE REGARD BOUSSOLE™

Un site internet est un maillon de votre développement. Avant de le remettre en question, vérifiez que c'est bien lui qui limite votre croissance.



« Nous sommes visibles... mais cela ne se traduit pas par davantage de clients. »

Être visible n'est plus suffisant. Encore faut-il attirer les bonnes personnes.

Beaucoup d'entreprises sont aujourd'hui présentes sur plusieurs canaux.

Elles apparaissent sur Google.

Elles publient sur les réseaux sociaux.

Elles investissent parfois dans la publicité.

Pourtant, elles ont toujours le sentiment que les résultats ne sont pas à la hauteur.

La visibilité n'est pas une fin en soi.

Ce qui compte, c'est la qualité des opportunités qu'elle génère.

Recevoir cinquante demandes peu qualifiées peut mobiliser énormément de temps.

Recevoir cinq demandes parfaitement ciblées peut transformer une année.



PRENEZ UNE MINUTE

Sur vos dix derniers prospects :

- Combien correspondaient réellement à votre client idéal ?
- Savez-vous précisément par quel canal ils vous ont découvert ?



LE REGARD BOUSSOLE™

Cherchez moins à être vu par tout le monde. Cherchez surtout à être trouvé par les personnes qui ont réellement besoin de ce que vous proposez.



« Nous publions régulièrement, mais j'ai l'impression que cela ne nous apporte rien. »

Les réseaux sociaux ne sont pas un objectif. Ils sont un levier.

Cette remarque revient très souvent.

Et pourtant, lorsque je demande :

« Quel rôle attendez-vous exactement de vos réseaux sociaux ? »

Le silence s'installe.

Publier n'est pas une stratégie.

Une publication peut servir à rassurer un futur client, démontrer votre expertise, valoriser vos réalisations, développer votre notoriété ou préparer une future prise de contact.

Lorsque cet objectif est clair, il devient beaucoup plus simple de savoir quoi publier... et pourquoi.



PRENEZ UNE MINUTE

Si vous arrêtiez de publier pendant un mois, qu'est-ce qui changerait réellement dans votre activité ?

Votre réponse en dit beaucoup sur la place que jouent aujourd'hui vos réseaux sociaux dans votre développement.



LE REGARD BOUSSOLE™

Chaque publication devrait avoir une mission. Sinon, elle devient simplement une tâche supplémentaire.



« Nous avons essayé beaucoup de choses... mais nous ne savons plus vraiment ce qui fonctionne. »

Toutes les actions n'ont pas le même rôle.

Cette phrase résume parfaitement la situation de nombreuses entreprises.

Le référencement est confié à un prestataire.

Les réseaux sociaux à une autre personne.

La publicité à une agence.

Le commercial fonctionne de son côté.

Individuellement, chaque action peut être pertinente.

Mais si personne ne prend le temps de coordonner l'ensemble, il devient très difficile de savoir où investir ensuite.



PRENEZ UNE MINUTE

Pour chacune de vos principales actions (site internet, référencement, réseaux sociaux, publicité, e-mailing...), pouvez-vous expliquer en une phrase son rôle précis dans le développement de votre entreprise ?



LE REGARD BOUSSOLE™

Le rôle d'un dirigeant n'est pas de tout faire. Il est de savoir pourquoi chaque action existe et comment elles travaillent ensemble.



« Tout le monde parle d'intelligence artificielle... mais je ne sais pas vraiment par où commencer. »

L'intelligence artificielle est un accélérateur. Pas une direction.

L'IA peut vous faire gagner du temps.

Elle peut vous aider à rédiger, analyser, organiser ou automatiser.

Mais elle ne choisira jamais vos priorités à votre place.

Avant de chercher le meilleur outil, posez-vous une autre question :

Sur quelle décision souhaitez-vous gagner du temps ?

C'est cette réponse qui doit guider le choix des outils, et non l'inverse.



PRENEZ UNE MINUTE

Si demain vous gagniez cinq heures par semaine grâce à l'IA, où les réinvestiriez-vous pour développer votre entreprise ?



LE REGARD BOUSSOLE™

Les outils évoluent très vite. Une direction claire reste votre meilleur investissement.



« J'ai l'impression de travailler énormément... mais pas toujours sur les bonnes choses. »

Les entreprises qui progressent durablement coordonnent leurs actions.

Cette phrase est probablement celle que j'entends le plus souvent.

Et c'est aussi celle qui a donné naissance à la méthode BOUSSOLE™.

La plupart des dirigeants ne manquent pas de motivation.

Ils manquent de temps pour prendre du recul.

Lorsque chaque journée est remplie d'urgences, il devient difficile d'identifier les décisions qui auront le plus d'impact.

Pourtant, ce sont rarement les entreprises qui font le plus d'actions qui progressent le plus vite.

Ce sont celles qui savent concentrer leurs efforts au bon endroit, au bon moment.



PRENEZ UNE MINUTE

Si vous deviez expliquer simplement le parcours d'un client, depuis sa première recherche jusqu'à sa fidélisation, pourriez-vous le faire sans hésiter ?



LE REGARD BOUSSOLE™

Votre entreprise n'a peut-être pas besoin de faire plus. Elle a peut-être simplement besoin de retrouver une direction claire.

ET MAINTENANT ?

Si vous avez réalisé le diagnostic **BOUSSOLE™** avant de lire ce guide, vous disposez déjà d'une première vision de votre entreprise.

Vous avez sans doute identifié des points forts.

Peut-être aussi quelques zones où vos actions gagneraient à être mieux coordonnées.

C'est précisément pour accompagner cette étape qu'a été créée la méthode **BOUSSOLE™**.

En **30 jours**, elle vous aide à déterminer les priorités marketing et commerciales de votre entreprise afin d'investir votre temps et votre budget là où ils auront le plus d'impact.

Avant d'accélérer avec l'IA ou de lancer de nouvelles actions, assurez-vous que votre entreprise avance dans la bonne direction.



 **Découvrez le programme BOUSSOLE™**

Un accompagnement de 30 jours pour remettre de l'ordre, définir vos priorités et construire un plan d'action clair avant d'accélérer votre développement.

[Découvrir les formules BOUSSOLE™]