

Manuel de cours

**Transformation et Innovation 7 Étapes pour
Revitaliser Votre Entreprise, Trouver Votre Niche
et Vous Démarquer sur un Marché Saturé**



STRATEGOS

Guide d'Action

Manuel de cours pour étudiants

Avant de plonger dans les vidéos des 8 modules, je vous invite à consulter ce manuel de

cours indispensable. Il est conçu pour vous guider étape par étape à travers les concepts

clés et les stratégies pratiques que nous allons explorer ensemble.

Ce manuel est bien plus qu'un simple document ; c'est votre feuille de route vers le succès.

Il vous aidera à identifier les opportunités inexploitées, à mieux comprendre vos clients, et à

affiner vos offres pour vous démarquer sur un marché saturé. En le lisant, vous serez mieux

préparé à tirer le meilleur parti des vidéos et à appliquer immédiatement ce que vous

apprenez.

Prenez le temps de le parcourir avant de commencer les modules vidéo. Vous y trouverez

des exemples concrets, des outils pratiques et des conseils précieux qui vous permettront

de maximiser l'impact de cette formation.

Table des matières

Introduction.....	4
Module 1 - Étape 1 : Identifiez les domaines sur lesquels vous devez vous recentrer.....	7
Module 2 - Étape 2 : Apprenez à mieux connaître vos clients.....	20
Module 3 - Étape 3 : Identifier les opportunités inexploitées.....	35
Module 4 - Étape 4 : Actualisez vos offres.....	40
Module 5 - Étape 5 : Optimisez et améliorez l'expérience de vos clients.....	53
Module 6 - Étape 6 : Affinez votre message.....	60
Module 7 - Étape 7 : Mettre en œuvre votre plan d'action.....	64
Module 8 - Étapes suivantes.....	73

Introduction

Il n'est pas surprenant que les propriétaires de petites entreprises et les entrepreneurs soient confrontés au même défi de se démarquer. Alors que les marchés traditionnels sont de plus en plus saturés et que les consommateurs sont inondés d'offres génériques, il est devenu plus difficile que jamais d'attirer l'attention de votre client idéal.

Et même s'il est tentant de penser que vous devez dépenser plus en publicité ou réduire vos prix pour être plus compétitif, ce n'est pas la solution.

Il existe des moyens beaucoup plus efficaces et durables de transformer votre approche commerciale pour être plus compétitif sur un marché encombré. Par exemple, vous pouvez repositionner votre entreprise pour occuper un créneau unique et lucratif sur le marché. Ou orienter vos offres vers un public plus spécifique.

Si vous avez du mal à vous démarquer sur un marché encombré où d'autres entreprises proposent des produits ou services similaires, il est temps de reconsidérer votre offre et vos clients. Il existe peut-être un potentiel inexploité dans une niche plus restreinte de votre marché.

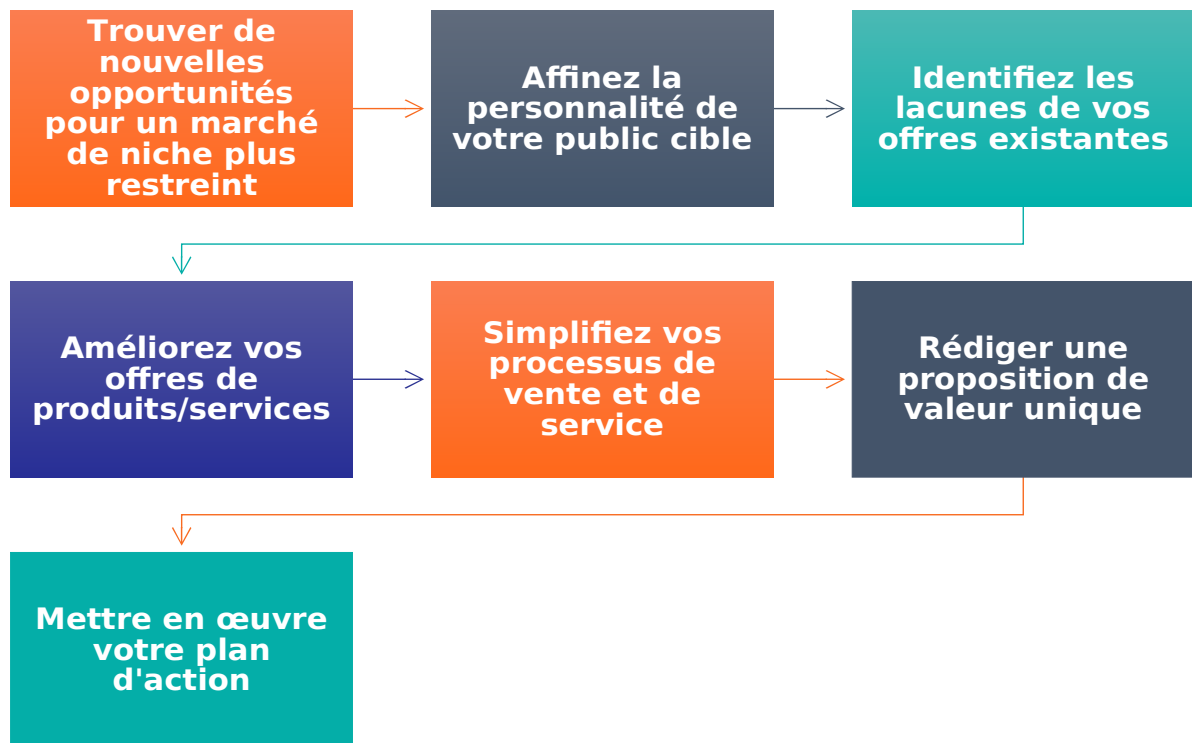
Il se peut que vous ayez des opportunités que vous n'avez pas encore explorées. Il se peut que des prospects mal desservis figurent sur votre liste d'abonnés et attendent une opportunité d'achat, mais vous ou vos concurrents ne proposez pas ce qu'ils souhaitent.

Il est temps de revitaliser votre marque, d'attirer plus de clients et de relancer une nouvelle croissance.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Ce cours vous guidera à travers les 7 étapes à suivre pour y parvenir. Vous découvrirez de nouvelles opportunités pour un marché de niche plus restreint, affinerez vos offres pour mieux répondre aux besoins des clients et apprendrez des moyens de différencier votre entreprise et de vous démarquer. À la fin du cours, vous repartirez avec un plan d'action clair et facile à suivre qui relancera votre entreprise, vous aidera à attirer plus de clients et à augmenter vos ventes.

Voici votre feuille de route tout au long du cours :



Objectifs d'apprentissage :

À la fin de ce cours, vous serez en mesure de :

- Évaluez votre position actuelle sur le marché/rentabilité et identifiez les opportunités de repositionnement.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

- Explorez les besoins non satisfaits des clients existants et potentiels et affinez votre public cible.
- Évaluez les offres de vos concurrents et alignez vos produits/services sur les besoins du marché et les opportunités inexploitées.
- Innovez ou améliorez votre offre de produits/services.
- Simplifiez vos processus de vente et de service pour une expérience d'achat exceptionnelle.
- Élaborez une proposition de valeur unique et convaincante et choisissez des méthodes de marketing pour la communiquer à votre public cible.
- Développez un plan d'action clair pour vous démarquer sur votre marché.

Ce cours est divisé en 7 modules principaux pour vous aider à créer un plan d'action clair et facile à suivre pour aider votre entreprise à se démarquer, à attirer plus de clients et à augmenter les ventes.

Les modules suivent un ordre logique, donc même si vous pouvez les parcourir si vous le souhaitez, il est préférable de les parcourir un par un.

Au fur et à mesure que vous parcourez chaque module, utilisez votre guide d'action pour vous aider à compléter les étapes d'action à la fin de chacun.

Mesures à prendre :

Avant de commencer le cours, prenez une minute pour réfléchir à ce que vous souhaitez en retirer.

Dans le Guide d'action, notez trois compétences que vous espérez acquérir.

Maintenant que vous savez clairement ce que vous souhaitez que ce cours vous apporte, nous pouvons commencer.

Module 1 - Étape 1 : Identifiez les domaines sur lesquels vous devez vous recentrer

Dans ce premier module, vous évaluerez votre position actuelle sur le marché et la manière dont vous gérez les pressions internes et externes exercées sur votre entreprise.

Vous identifierez également des opportunités de repositionnement, vous mettant dans une meilleure position pour vous démarquer sur le marché.

Votre position actuelle sur le marché

Vous aviez un objectif clair pour votre entreprise lorsque vous l'avez démarrée.

Au fil du temps, cette vision peut devenir floue. À mesure que certaines entreprises se développent, elles ajoutent des offres pour attirer davantage de clients. Souvent, l'inverse est vrai et votre entreprise devient moins définie, moins efficace et ressemble davantage à toutes les autres entreprises de votre secteur. Vous devenez le petit poisson dans le grand étang. Vous serez toujours sur un marché encombré tant que votre entreprise restera dans cette position.

Il n'est pas toujours facile d'opérer des changements. Vous vous êtes peut-être attaché à une certaine façon de faire les choses ou vous vous êtes fixé

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

une stratégie qui n'est plus rentable. Sans ouverture d'esprit, vous pouvez devenir un obstacle à la croissance de votre entreprise.

Vous devez également tenir compte des enjeux du marché extérieur. Il est possible que de nouvelles entreprises ouvrent et soient en concurrence directe avec vous, que les tendances de consommation aient changé depuis vos débuts et que des facteurs mondiaux tels que les problèmes de chaîne d'approvisionnement soient également à l'ordre du jour.

Avant de chercher à vous démarquer sur votre marché, prenez du recul et évaluez votre position actuelle et votre rentabilité. Ces domaines représentent vos points forts et pourraient constituer la base d'une stratégie de repositionnement réussie. Cela vous aidera à identifier les opportunités de repositionnement de votre entreprise.

Faites de la place pour votre entreprise

Le moyen le plus simple de se faire une place sur un marché encombré est de cibler un segment plus restreint de votre marché cible pour trouver un groupe de clients négligés. Ces personnes veulent acheter mais, pour une raison ou une autre, ont été ignorées par les acteurs existants du marché.

En vous concentrant sur un marché de niche, vous pouvez soulager la pression d'une concurrence intense et devenir un plus gros poisson dans un plus petit étang.

Cela ne signifie pas que vous devez choisir un créneau complètement différent de celui que vous desservez. Cela n'aurait de sens que si vous aviez du mal à réaliser des ventes. Mais en supposant que vous réalisiez des bénéfices dans votre entreprise, examinez de plus près s'il existe un segment de votre entreprise actuelle qui n'est pas actuellement desservi. Si vous pouvez adapter vos offres à ce groupe distinct, vous serez dans une position idéale pour revitaliser votre marque et améliorer votre position sur le marché.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Voici quelques exemples de différentes entreprises :

Magasin d'articles de sport

Un magasin d'articles de sport local reconnaît que les adultes plus âgés (60 ans et plus) qui souhaitent rester en forme sont souvent ignorés par les détaillants de sport traditionnels qui s'adressent principalement à une population plus jeune. Le propriétaire du magasin décide de lancer une gamme de produits axée sur les équipements de sport et de fitness adaptés aux 60 ans et plus, tels que des modèles légers ou ergonomiques destinés aux personnes à mobilité réduite.

Entreprise de décoration d'intérieur en ligne

Une entreprise de décoration intérieure en ligne identifie un marché de niche de clients daltoniens ou malvoyants que les grandes marques de décoration intérieure négligent souvent. Elle fait la promotion d'articles de décoration intérieure, notamment des tapis, des rideaux et du linge de maison conçus avec des textures et des contrastes de couleurs adaptés aux personnes souffrant de déficiences de la vision des couleurs. Des étiquettes et des filtres d'achat sont utilisés sur le site Web pour décrire les articles en détail, en se concentrant sur la texture et la facilité d'utilisation plutôt que sur la couleur seule.

Ingénieur logiciel

Un ingénieur logiciel qui élabore des solutions pour les responsables des ressources humaines se concentre sur la fourniture de solutions spécifiques aux cabinets médicaux ayant des besoins RH uniques, distincts de ceux des entreprises générales. Ils développent des logiciels avec des fonctionnalités

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

qui répondent à la conformité aux réglementations de santé, au suivi des certifications du personnel, à la planification des équipes pour les opérations 24h/24 et 7j/7 et à la gestion des contacts d'urgence.

Avantages de la création de niches

Se concentrer sur une niche plus petite au sein d'un marché existant est un moyen éprouvé de revitaliser une entreprise et de réduire la concurrence.

Une fois que vous aurez identifié votre plus petit sous-marché, vous découvrirez plusieurs avantages :

- Vous pouvez promouvoir des produits et des services plus précisément en fonction des besoins et des préférences spécifiques de chaque client et résoudre leurs problèmes plus efficacement que quiconque.
- Vous pouvez facturer un prix plus élevé car votre solution est spécialisée et adaptée pour répondre à leurs besoins uniques.
- Il est plus rentable d'atteindre des clients potentiels car vous savez exactement où les trouver.

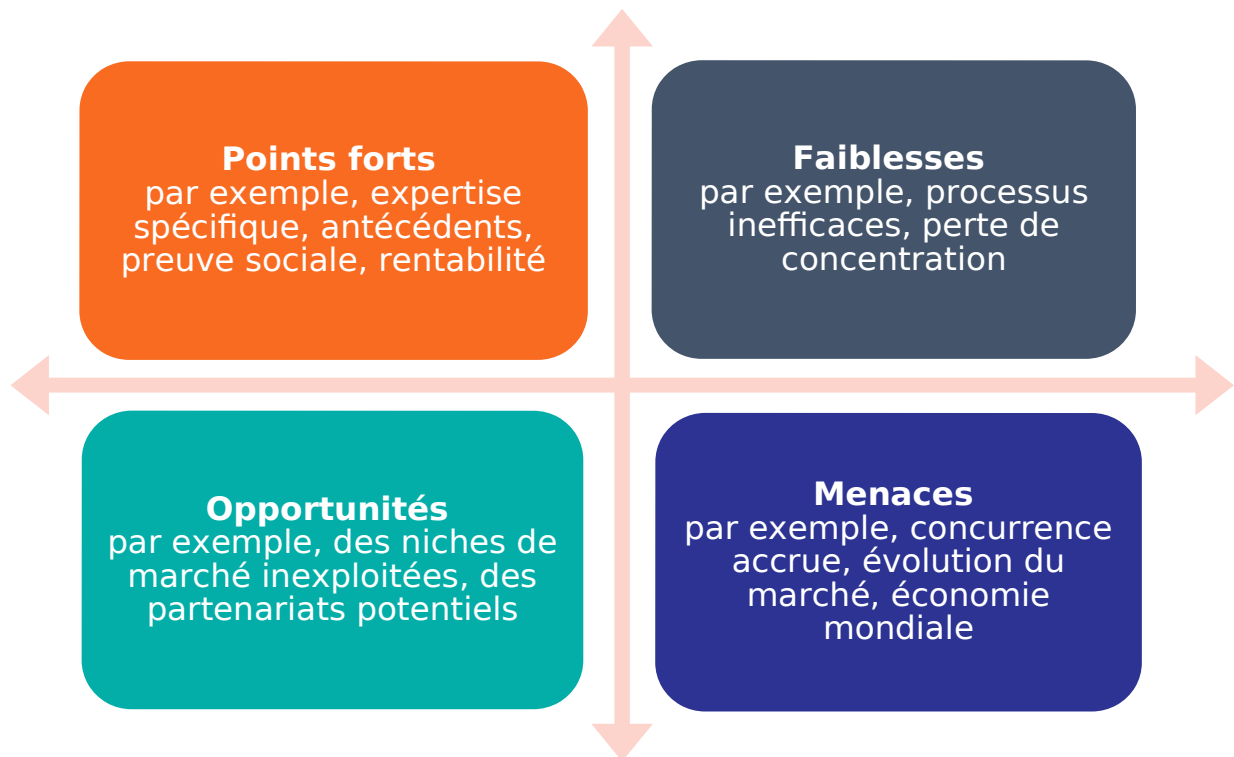
Envisagez de repositionner votre entreprise pour occuper une position unique et avantageuse au sein d'un segment de marché ciblé plus restreint.

Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces

Une analyse SWOT vous aidera à identifier de nouvelles opportunités et à découvrir des marchés inexploités. Il s'agit d'un cadre basé sur des facteurs qualitatifs qui aident les entreprises à planifier. Même si vous l'avez déjà fait auparavant, il est temps d'examiner la situation actuelle.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Voici un récapitulatif du processus :



- Points forts , par exemple, expertise spécifique, antécédents, preuve sociale, rentabilité
- Faiblesses, par exemple processus inefficaces, perte de concentration
- Opportunités, par exemple niches de marché inexploitées, partenariats potentiels
- Menaces, par exemple, concurrence accrue, changements du marché, économie mondiale

Exemple

Voici un exemple d'analyse SWOT réalisée pour une petite boulangerie qui a du mal à réaliser des bénéfices sur un marché encombré :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.



7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Points forts :

- Des recettes uniques et délicieuses transmises de génération en génération
- Engagement à utiliser des ingrédients de haute qualité et d'origine locale
- Excellent service client et touche personnelle
- Forte présence sur les réseaux sociaux avec une clientèle fidèle
- Emplacement idéal dans une zone à fort trafic piétonnier

Faiblesses :

- Capacité de production limitée en raison du petit espace de la cuisine
- Manque d'options de commande et de livraison en ligne
- Dépendance envers les clients sans rendez-vous, ce qui entraîne des ventes irrégulières
- Coûts d'exploitation élevés en raison des ingrédients et de la main-d'œuvre de qualité supérieure
- Budget limité pour investir dans de nouvelles opportunités

Opportunités:

- Évolution des préférences des consommateurs et des tendances alimentaires
- Possibilité d'élargir la gamme de produits avec des options sans gluten et/ou végétaliennes, des pâtisseries sans allergènes, par exemple sans

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

noix, sans soja, sans produits laitiers

- Possibilité de partenariats avec des entreprises locales (ex : cafés, traiteurs)
- Lancement de la commande en ligne et du service de livraison par abonnement

Menaces :

- Concurrence croissante des grandes chaînes de boulangerie et des supermarchés
- Augmentation du coût des ingrédients et des frais généraux
- Potentiel d'avis négatifs ou de problèmes de sécurité alimentaire
- Les ralentissements économiques affectent le revenu disponible et les dépenses discrétionnaires

En analysant son SWOT, la petite boulangerie peut identifier ses atouts uniques (recettes, ingrédients de qualité, service client) et les exploiter pour se différencier sur un marché encombré. Elle peut explorer les opportunités offertes par la demande croissante des consommateurs pour des produits de boulangerie artisanaux et faits à la main pour le marché « sans » et les partenariats potentiels avec des entreprises locales. L'analyse met en évidence les menaces potentielles, telles que la hausse des coûts, auxquelles la boulangerie doit se préparer.

Fixez-vous des objectifs commerciaux SMART

Après avoir analysé votre exploration SWOT, vous pouvez définir des objectifs clairs pour votre entreprise revitalisée et plus compétitive.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Vos objectifs dépendront de votre entreprise, mais peuvent inclure des objectifs autour des points suivants :

Part de marché

Rentabilité

Acquisition de clients

Satisfaction client

Ou d'autres indicateurs clés de performance

- Part de marché
- Rentabilité
- Acquisition de clients
- Satisfaction client
- Ou d'autres indicateurs de performance clés.

Établissez vos objectifs pour l'année à venir afin de savoir où vous allez. Veillez à ce qu'ils soient exprimés en termes précis pour vous aider à rester concentré et vous permettre de mesurer vos progrès.

Pour vous aider, passons en revue les objectifs SMART. Il s'agit d'un cadre permettant de définir des objectifs clairs et réalisables qui favorisent la réussite de l'entreprise.

SMART signifie

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Spécifique

Mesurable

Réalisable

Pertinent

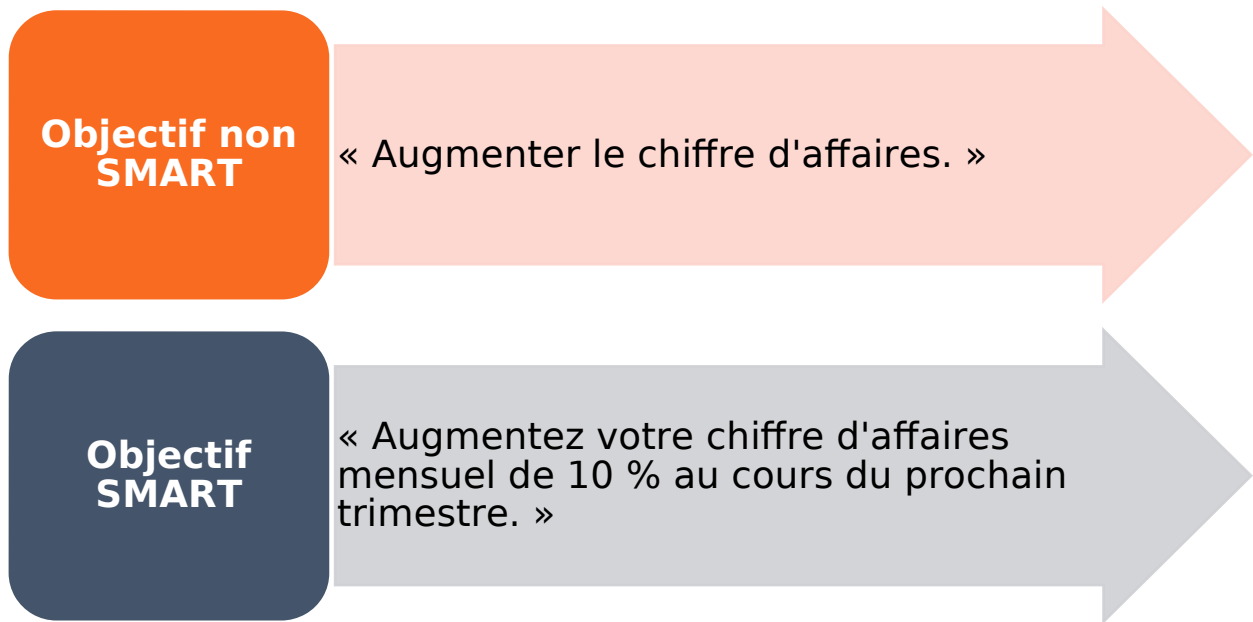
Limité dans le temps

- Spécifique
- Mesurable
- Réalisable
- Pertinent
- Limité dans le temps

Si vous débutez avec la définition d'objectifs SMART, il est utile de vous entraîner, car cela vous aide à définir des résultats tangibles. En suivant ce système, vous pouvez créer des objectifs bien définis et réalisables qui contribuent à une mise en œuvre efficace.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Voici un exemple d'objectif SMART et de son équivalent non SMART :

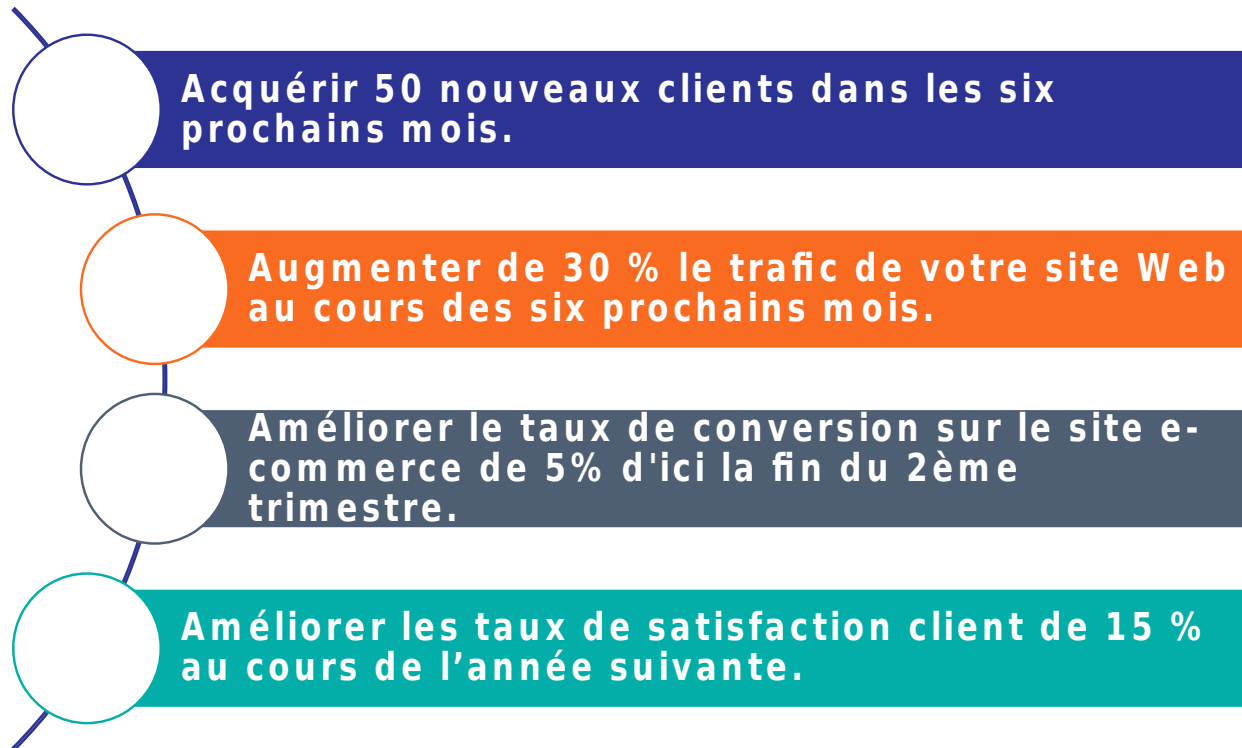


- **Objectif non SMART** : « Augmenter le chiffre d'affaires. »
- **Objectif SMART** : « Augmenter le chiffre d'affaires mensuel de 10 % au cours du prochain trimestre. »

L'objectif SMART spécifie exactement ce qui peut être réalisé de manière réaliste et à quel moment. Il s'inscrit dans l'objectif commercial global d'augmentation de la rentabilité et comprend une mesure quantifiable.

Voici d'autres exemples d'objectifs SMART :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.



- Acquérir 50 nouveaux clients dans les six prochains mois.
- Augmenter de 30 % le trafic de votre site Web au cours des six prochains mois.
- Améliorer le taux de conversion sur le site e-commerce de 5% d'ici la fin du 2ème trimestre.
- Améliorer les taux de satisfaction client de 15 % au cours de l'année suivante.

Souviens-toi:

- Concentrez-vous sur une niche plus petite au sein de votre marché pour revitaliser votre entreprise et réduire la concurrence.
- Assurez-vous de définir des objectifs SMART qui peuvent être mesurés.

Mesures à prendre :

1. Répondez aux questions de votre guide d'action pour vous aider à réfléchir à votre situation actuelle.
2. Documentez toutes les tentatives passées que vous avez faites pour résoudre les problèmes découlant des conditions de marché surchargées.
3. Complétez l'analyse SWOT dans votre guide d'action.
4. Fixez-vous des objectifs commerciaux SMART pour les 12 prochains mois.
5. À partir de votre analyse SWOT, identifiez les opportunités potentielles de segmenter votre marché actuel en une niche plus petite.

Module 2 - Étape 2 : Apprenez à mieux connaître vos clients

Maintenant que vous avez identifié une opportunité inexplorée qui fonctionnera pour votre entreprise, vous devez vous tourner vers votre public.

Dans ce module, vous examinerez les besoins non satisfaits des clients existants et potentiels et affinerez la personnalité de votre public cible. Une fois que vous aurez défini ces éléments, vous trouverez des moyens d'étendre votre portée à ce nouveau public.

Affinez votre public cible

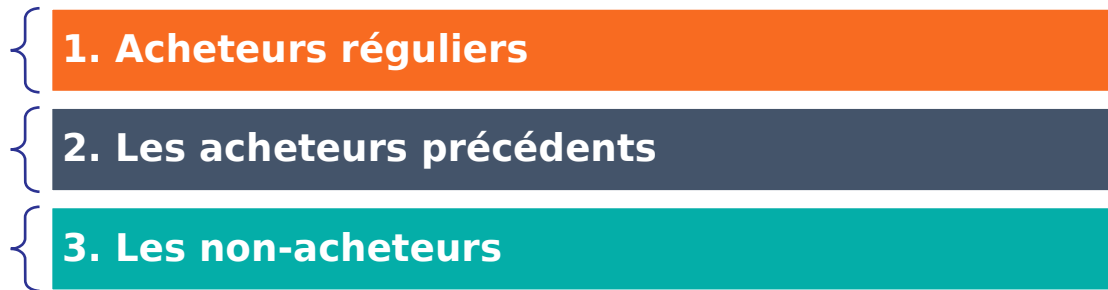
Il est essentiel de bien comprendre votre public cible, non seulement au moment du lancement de votre entreprise, mais également au fil du temps. Vous vous concentrez désormais sur un sous-marché de votre activité existante. Vous devez savoir qui sont vos clients idéaux pour ce marché.

Lorsque vous savez clairement ce qui les motive, vous pouvez leur parler directement dans votre stratégie marketing. Cela vous donnera un avantage concurrentiel et vous aidera à vous démarquer.

Maintenant, testons votre idée d'une niche plus restreinte par rapport à ce que vous savez déjà sur les besoins de vos clients.

Votre base d'abonnés se compose de trois catégories standard :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.



- Acheteurs réguliers
- Acheteurs passés
- Les non-acheteurs

Recueillir et analyser les données client existantes

Voici quelques moyens de découvrir des données sur les besoins des abonnés :

1. Utiliser les données existantes

Exploitez les informations dont vous disposez déjà à partir de l'historique des achats, des interactions avec le service client et des commentaires. Cela peut en dire long sur ce que veulent les clients.

Essayez d'identifier les principaux avantages que vos clients apprécient le plus. Cela va au-delà des fonctionnalités de base de vos produits ou services. Cela inclut les avantages globaux qui rendent une solution attrayante. Il peut s'agir par exemple de la commodité, de l'accessibilité, de la fiabilité ou du respect de l'environnement. Vos clients peuvent souhaiter moins de tracas, moins de risques, un meilleur prix, plus de commodité et une meilleure apparence.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Une fois que vous connaissez ces avantages globaux, vous pouvez réfléchir à la manière d'ajouter à vos produits/services ce que les clients souhaitent. Par exemple, vous pouvez améliorer les délais de livraison ou modifier vos tarifs pour mieux répondre à leurs demandes.

- Pour les acheteurs réguliers, examinez les habitudes d'achat, la fréquence et les commentaires pour identifier ce qui les incite à revenir.
- Pour les acheteurs précédents : analysez ce qu'ils ont acheté et les commentaires qu'ils ont donnés pour comprendre pourquoi ils ne sont pas revenus.
- Pour les non-acheteurs, examinez le type d'informations pour lesquelles ils ont souscrit afin d'évaluer leur intérêt initial.

2. Envoyer des enquêtes ciblées

Créez des enquêtes courtes et ciblées à envoyer à chaque catégorie d'abonnés. Concevez-les de manière à ce qu'elles révèlent les informations que vous souhaitez. Par exemple, vous pouvez utiliser une enquête pour poser des questions spécifiques afin de recueillir des commentaires sur la nouvelle idée de niche.

Utilisez des outils d'enquête en ligne gratuits comme Google Forms, Survey Monkey, Microsoft Forms ou Typeform pour créer votre enquête.

- Pour les acheteurs réguliers, demandez-leur ce qu'ils aiment dans vos produits ou services et ce qui, selon eux, pourrait être amélioré.
- Pour les anciens acheteurs : découvrez pourquoi ils ont arrêté d'acheter. S'agissait-il d'un problème avec le produit, le service client ou autre chose ?
- Pour les non-acheteurs, explorez leurs besoins et ce qu'il faudrait pour

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

les convertir en acheteurs.

Limitez le temps dont disposent les personnes pour répondre à une semaine ou à 10 jours afin d'obtenir un délai de réponse rapide et de pouvoir passer à la collecte des résultats pour chacun des trois groupes.

Modèle d'enquête

Pour accélérer le processus, voici un modèle d'enquête que vous pouvez télécharger et envoyer à votre liste complète dès aujourd'hui. Il vous propose un mélange de types de questions, notamment des questions à choix multiples et des questions ouvertes. Modifiez-les ainsi que le langage en fonction de votre marque et ajoutez toutes les questions spécifiques pertinentes. Limitez le nombre de questions à 10 ou moins pour utiliser l'outil d'enquête gratuitement.

Introduction

Merci d'avoir pris quelques minutes pour participer à notre enquête. Vos commentaires sont précieux car ils nous aident à mieux comprendre vos besoins et à améliorer nos offres.

Que vous soyez un client actuel, un ancien client ou quelqu'un qui n'a pas encore effectué d'achat mais qui souhaite en savoir plus, vos informations sont cruciales. Veuillez répondre aux questions qui s'appliquent à votre expérience avec notre marque. L'enquête devrait prendre environ 5 minutes à compléter.

Questions d'enquête

Questions générales pour tous

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

1. Comment avez-vous entendu parler de nos produits/services pour la première fois ?

- A. Facebook , B. Instagram , C. LinkedIn , D. TikTok , E. YouTube ,
F. Bouche à oreille, G. Publicité en ligne
H. Autre (Veuillez préciser : _____)

2. Qu'est-ce qui vous a incité à vous inscrire pour obtenir plus d'informations sur nos produits/services ?

1. Comment avez-vous entendu parler de nos produits/services pour la première fois ?
 - A. Facebook
 - B. Instagram
 - C. LinkedIn
 - D. TikTok
 - E. YouTube
 - F. Le bouche à oreille
 - G. Publicité en ligne
 - H. Autre (Veuillez préciser : _____)
2. Qu'est-ce qui vous a incité à vous inscrire pour obtenir plus d'informations sur nos produits/services ?

Pour les acheteurs réguliers

3. Comment évalueriez-vous votre satisfaction globale à l'égard de nos produits/services ?

A.Très satisfait, B.Satisfait , C.Neutre , D.Insatisfait, E. Très insatisfait

4. Quelles sont les caractéristiques de nos produits/services que vous appréciez le plus ?

5. Que pouvons-nous améliorer pour rendre nos produits/services plus utiles pour vous ?

3. Comment évalueriez-vous votre satisfaction globale à l'égard de nos produits/ services ?
 - A. Très satisfait
 - B. Satisfait
 - C. Neutre
 - D. Insatisfait
 - E. Très insatisfait
4. Quelles caractéristiques de nos produits/services appréciez-vous le plus ?
5. Que pouvons-nous améliorer pour rendre nos produits/services plus utiles pour vous ?

Pour les anciens acheteurs

6. Qu'est-ce qui vous a poussé à arrêter d'acheter nos produits/services ?

La qualité n'a pas répondu aux attentes

J'ai trouvé une meilleure alternative

Considérations sur les prix

Problèmes de service client

Autre (Veuillez préciser : _____)

6. Qu'est-ce qui vous a poussé à arrêter d'acheter nos produits/services ?

A. La qualité n'a pas répondu aux attentes

B. J'ai trouvé une meilleure alternative

C. Considérations sur les prix

D. Problèmes de service client

E. Autre (Veuillez préciser : _____)

Pour les non-acheteurs

**7. Qu'est-ce qui vous a empêché d'acheter nos produits/services ?
(Cochez toutes les réponses applicables)**

Manque de besoin

Prix élevé

Je ne connaissais pas le produit

Mauvaises critiques

Autre (Veuillez préciser : _____)

7. Qu'est-ce qui vous a empêché d'acheter nos produits/services ?
(Cochez toutes les réponses applicables)

A. Manque de besoin

B. Prix élevé

C. Je ne connaissais pas le produit

D. Mauvaises critiques

E. Autre (Veuillez préciser : _____)

Questions ciblées pour valider les idées de niche pour tous

8. Quelles fonctionnalités appréciez-vous dans les produits/services XXX ?

9. Si nous vous proposons XXX, quelle serait la probabilité que vous l'achetiez ?

- A. Très probable, B. Plutôt probable, C. Neutre, D. Plutôt improbable, E. Très peu probable

10. Quelle fourchette de prix considérez-vous comme raisonnable pour XXX ?

8. Quelles fonctionnalités appréciez-vous dans les produits/services XXX ?
9. Si nous vous proposons XXX, quelle serait la probabilité que vous l'achetiez ?
- A. Très probablement
- B. Assez probable
- C. Neutre
- D. Plutôt improbable
- E. Très peu probable
10. Quelle fourchette de prix considérez-vous comme raisonnable pour XXX ?

Conclusion de l'enquête

Merci de nous avoir fait part de vos commentaires. Nous devons comprendre vos besoins et vos préférences afin d'améliorer et de personnaliser nos offres. Si vous avez des commentaires ou des suggestions supplémentaires, veuillez nous en faire part dans la case ci-dessous.

3. Analyser les réseaux sociaux et les avis en ligne

Vous saurez quelles sont les plateformes de médias sociaux préférées de vos abonnés grâce à vos connaissances existantes ou aux résultats de votre enquête. Utilisez des outils d'écoute sociale tels que Hootsuite ou Mention pour trouver des sujets et des discussions courants sur les médias sociaux. Cela vous donnera une idée plus précise des défis auxquels votre public cible est confronté.

Inscrivez-vous aux alertes Google et consultez les sites adaptés à votre secteur d'activité pour voir ce que les clients disent en ligne à propos de votre entreprise ou de produits et services similaires. Vous obtiendrez ainsi des commentaires spontanés sur ce que les clients apprécient ou n'aiment pas.

Créer un profil client

À partir des informations que vous avez recueillies à partir des activités ci-dessus, vous pouvez décrire votre client idéal pour la niche plus petite.

Plus vous fournirez de détails, plus il sera facile d'imaginer la personne lorsque vous examinerez vos messages marketing. Donnez à votre personnage un nom fictif, comme « Emma l'entrepreneuse » ou « Tom le technophobe », pour renforcer l'image.

Voici un modèle que vous pouvez utiliser pour vous guider :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.



7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Nom

Informations démographiques de base , par exemple,

- Tranche d'âge, par exemple 30-40
- Rôle professionnel principal
- Salaire
- Localisation générale (urbaine/suburbaine/rurale)

Défis et points sensibles

- Quel est leur principal défi ?
- Quelle solution principale pouvez-vous apporter à leurs besoins ?

Motivations

- À quoi aspirent-ils ?
- Quels sont leurs rêves ?

Comportement d'achat

- Achètent-ils par impulsion ou après mûre réflexion ?
- Sont-ils des acheteurs fidèles qui achètent fréquemment auprès de la même source ou sont-ils des acheteurs ponctuels ?
- Est-ce qu'ils achètent en ligne ou en personne ?
- Quels sont les facteurs déterminants lors de l'achat ? Par exemple, le

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

prix, le niveau de service client et l'absence de risque lors de l'achat.

Caractéristiques de communication

- Quelle est leur méthode de communication préférée ? Par exemple, par courrier électronique, par téléphone ou par message privé.
- Dans quelle mesure sont-ils à l'aise avec la technologie virtuelle ?

Habitudes des médias sociaux

- Quelles plateformes utilisent-ils le plus ?
- À quelle fréquence visitent-ils ces plateformes (quotidiennement, hebdomadairement ou moins fréquemment/irrégulièrement) ?

Trouver de nouveaux publics

Maintenant que vous avez une idée claire du type de personne que vous souhaitez cibler pour votre niche restreinte, explorez les moyens d'attirer un tout nouveau public vers votre entreprise.

Voici quelques façons de procéder :

Événements de réseautage, par exemple, Chambre de commerce, salons professionnels



Réunions virtuelles, groupes d'intérêt en ligne, webinaires



Partenariats/collaborations



Défis ou campagnes interactifs sur les réseaux sociaux



Parrainages d'événements communautaires locaux



- Créez un réseau là où votre public cible est présent, comme lors des réunions de la Chambre de commerce, des salons professionnels et des conférences sectorielles.
- Participez à des réunions virtuelles, à des groupes d'intérêt en ligne, à des webinaires et à des présentations qui abordent des sujets pertinents pour votre créneau.
- Trouvez des partenariats et des collaborations potentiels qui présentent votre marque à ses abonnés grâce à des promotions croisées, du contenu sponsorisé, des critiques de produits ou du contenu co-créé.
- Créez des défis ou des campagnes interactifs sur les réseaux sociaux autour des intérêts de votre marché de niche pour augmenter la visibilité de votre marque et attirer de nouveaux abonnés pour s'engager avec vous.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

- Parrainez des événements communautaires locaux tels que des équipes sportives, soyez actif dans des groupes communautaires et participez à des foires et marchés régionaux.

Souviens-toi:

- Vous devez identifier un nouveau profil client pour le sous-marché identifié.
- Découvrez comment attirer un tout nouveau public.

Mesures à prendre :

1. Passez en revue les données de vos abonnés existants et identifiez les principaux avantages que vos clients apprécient le plus, par exemple, la commodité, l'abordabilité et la fiabilité.
2. Créez une enquête de 10 questions en utilisant le modèle comme guide.
 - a. Envoyer l'enquête
 - b. Rassembler les réponses
 - c. Notez les informations tirées des réponses à l'enquête.
3. Créez un profil client détaillé à l'aide du modèle fourni en fonction de votre niche plus restreinte.
4. Réfléchissez à de nouvelles façons d'atteindre le client que vous venez de décrire, par exemple, des partenariats potentiels, un engagement communautaire local et des stratégies de promotion croisée avec des entreprises complémentaires.

Module 3 - Étape 3 : Identifier les opportunités inexploitées

Dans ce module, vous découvrirez ce que proposent vos concurrents. Vous évalueriez également dans quelle mesure vos produits ou services correspondent aux besoins de votre marché cible nouvellement défini et identifieriez les opportunités inexploitées pour votre entreprise.

Analyser les offres des concurrents

Si les gens n'achètent pas chez vous, c'est qu'ils achètent chez l'un de vos concurrents. Que proposent-ils de plus que vous et quels sont leurs points faibles ?

Observez vos concurrents les plus proches pour recueillir des données sur la satisfaction et l'insatisfaction des clients à leur égard. Ces données vous seront utiles lorsque vous envisagerez de modifier vos offres.

Voici quelques moyens rapides de faire des recherches :

Examiner les sites Web et les boutiques en ligne des concurrents

Vérifiez les avis en ligne

Surveiller les commentaires/discussions sur les réseaux sociaux

- Consultez les sites Web et les boutiques en ligne de vos concurrents pour obtenir des informations sur les prix, les offres de produits ou de services, les propositions de valeur uniques et les stratégies d'engagement client.
- Consultez les avis en ligne tels que Google My Business, Yelp, Tripadvisor et les sites d'avis sectoriels pour voir ce que les clients disent de vos concurrents. Vous pouvez également trouver des avis clients sur vos concurrents qui vendent des produits dans une boutique en ligne.
- Surveillez les commentaires et les discussions sur les réseaux sociaux concernant les marques concurrentes pour recueillir des informations sur la satisfaction des clients et les plaintes courantes.

L'analyse de ces données peut révéler des faiblesses dans l'offre de vos concurrents dont votre entreprise pourrait tirer parti. Par exemple, si vos concurrents sont critiqués pour leur mauvais service client, votre entreprise pourrait se concentrer sur la fourniture d'un service exceptionnel comme facteur de différenciation essentiel. Ou, si les clients veulent une durabilité

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

que vos concurrents ne proposent pas, vous pourriez envisager d'intégrer des matériaux ou des processus respectueux de l'environnement.

Lacunes identitaires dans vos offres existantes

Vous avez collecté de nombreuses informations sur votre public cible et des données sur les performances de vos concurrents.

Vous devez maintenant déterminer dans quelle mesure vos produits ou services actuels correspondent aux besoins de votre nouveau marché cible. Cela vous permettra de garantir que ce que vous proposez correspond à ce que le marché demande actuellement et que les ventes suivront.

Utilisez la **matrice d'alignement client** et l'exemple de cette feuille de calcul pour vous aider. Une fois que vous avez défini ces éléments, vous pouvez identifier les lacunes de vos offres existantes.

Par exemple, si des clients potentiels disent qu'ils souhaitent une option en ligne, mais que vous ne la proposez pas actuellement, réfléchissez à la manière dont vous pouvez inclure cette option à l'avenir.

Voici à quoi ressemble un exemple rempli de cette matrice :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Example: Online Learning Platform						
Customer Needs	Key Features/ Benefits					
	Comprehensive Curriculum	Interactive Learning Tools	24/7 Access	Affordable Pricing	Certification	Customer Support
Desire for Diverse Learning Topics	☒					
Need for Engaging Learning Formats		☒				
Flexibility in Learning Schedule			☒			
Budget Constraints				☒		
Requirement for Professional Growth	☒				☒	
Demand for Responsive Support						☒
Key: ✓: Indicates that the current offer meets the customer's need. Empty cells indicate potential areas for improvement or gaps in the current offerings.						
Analysis: The platform meets the need for professional growth with a wide range of topics and certifications that validate the learning experience. Engaging learning formats are available, which cater to customers wanting dynamic and interactive content. 24/7 access satisfies customers who need flexibility in their learning schedule, allowing them to learn at their own pace and time. Affordable pricing makes the platform accessible to individuals with budget constraints. Strong customer support is offered, ensuring users have a go-to resource for any issues or questions, enhancing overall user satisfaction.						
Potential gaps Incorporate more advanced interactive tools like virtual classrooms to enhance user engagement and learning outcomes. Partner with more external organizations to offer recognized certifications in all diverse learning topics, enhancing professional value. Expand customer support hours and include more resources like live chat and community forums to improve responsiveness and helpfulness.						

Vous ne pourrez peut-être pas toujours combler ces lacunes , mais une fois que vous les aurez identifiées, vous pourrez voir où l'innovation et l'amélioration sont viables. Vous y parviendrez à l'étape 4.

Souviens-toi:

- Revoyez et révisez régulièrement la personnalité du client en fonction des nouvelles données du marché.

Mesures à prendre :

1. Identifiez vos trois concurrents les plus proches. Notez les domaines de satisfaction et d'insatisfaction des clients pour chacun d'eux.
2. Complétez la **matrice d'alignement client** pour identifier les lacunes dans votre offre existante.

Module 4 - Étape 4 : Actualisez vos offres

Dans ce module, vous planifierez les actions à entreprendre pour améliorer vos produits ou services afin de créer l'offre recherchée par votre nouveau public. Vous déciderez également si vous devez modifier ou amender votre modèle commercial pour proposer l'offre de manière innovante.

Innover et améliorer

Plus vous pourrez rapprocher votre produit ou service des besoins de votre marché cible, moins votre concurrence sera importante et mieux votre entreprise se démarquera.

Gardez l'esprit ouvert aux changements que vous pourriez apporter lorsque vous examinez les lacunes que vous avez identifiées dans la **matrice d'alignement client**.

Voyez comment vous pouvez améliorer une offre existante qui ne répond pas actuellement aux besoins de vos clients.

Conciergerie exécutive pour animaux de compagnie

Écart = les propriétaires d'animaux à revenu élevé souhaitent que leur animal soit pris en charge lorsqu'ils sont absents
Gestion d'animaux de compagnie à domicile, enregistrements vidéo en direct, mises à jour quotidiennes des photos, routines de soins personnalisées
Potentiel d'expansion vers d'autres services personnalisés
Un bassin de clients plus restreint, mais un rendement financier plus important

Exemple : Concierge exécutif pour animaux de compagnie

Vous gérez un magasin d'accessoires et de produits de toilettage pour animaux de compagnie. Vous avez ajouté une boutique en ligne, ce qui vous a permis d'attirer de nouveaux clients, mais vous n'avez pas réussi à différencier votre entreprise des autres services similaires dans la région.

Vous avez reçu quelques demandes de propriétaires d'animaux de compagnie à revenus élevés qui voyagent fréquemment et ont besoin de quelqu'un de confiance pour prendre soin de leurs animaux lorsqu'ils partent.

Vous avez complété une matrice d'alignement des clients et vous avez identifié une lacune que vous pourriez exploiter pour adapter les soins aux animaux de compagnie à ceux qui sont prêts à payer un supplément pour le service. Par exemple, les services de gestion des animaux de compagnie à domicile, utilisant des enregistrements vidéo en direct, des mises à jour quotidiennes des photos et des routines de soins personnalisées, garantissent que les animaux suivent leur emploi du temps habituel aussi fidèlement que possible lorsque leurs propriétaires sont absents.

Vous envisagez de lancer ce service spécialisé dans votre magasin comme point de départ. Vous pouvez entrevoir le potentiel d'expansion vers d'autres services personnalisés tels que l'approvisionnement en produits spécialisés pour animaux de compagnie, l'organisation de séances de dressage

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

individuelles pour animaux de compagnie et la planification de repas gastronomiques pour animaux de compagnie si cela se concrétise.

Avec ce marché de niche, vous aurez un bassin plus restreint de clients potentiels, mais le retour financier peut être plus important à mesure que vous facturez plus.

Une réflexion innovante

Certaines entreprises ont trouvé rentable de changer complètement leur modèle et leurs offres pour mieux répondre aux besoins des clients.



Exemple : friteuse à air Actifry

La friteuse à air Actifry est un exemple de réflexion innovante, réalisée par le Groupe SEB, un fabricant français bien établi de petits appareils électroménagers commercialisé sous le nom de T-Fal aux États-Unis.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

La méthode traditionnelle de préparation des frites consiste à les faire frire en profondeur et à utiliser beaucoup d'huile, même si l'huile est chère, salissante et malsaine.

Mais en 2006, le Groupe SEB a eu l'idée de remettre en question l'idée et a lancé l'ActiFry, introduisant une nouvelle façon de faire des frites ne nécessitant aucune friture et juste une cuillère à soupe d'huile.

Les ventes d'ActiFry ont permis d'attirer de nouveaux clients, d'ouvrir un nouveau marché et de positionner le Groupe SEB comme un leader mondial. Le marché est désormais saturé par d'autres marques de friteuses à air.

Vous n'avez peut-être pas envie de changer radicalement votre activité pour le moment. Restez ouvert d'esprit et vous pourriez trouver de nouvelles façons de répondre aux attentes de vos clients.

Révisez votre modèle d'affaires

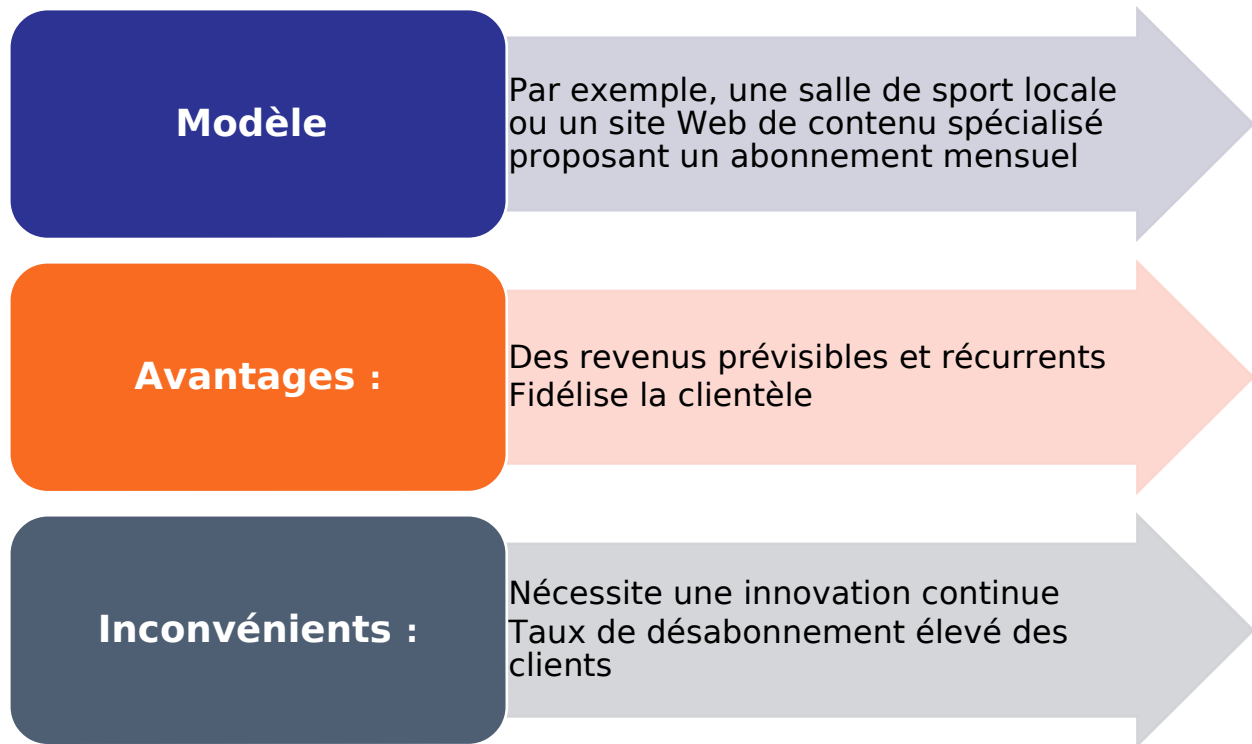
La stratégie que vous utilisez pour réaliser des bénéfices constitue votre modèle économique. Il n'est pas gravé dans le marbre et vous pouvez le modifier ou le faire évoluer pour tenir compte des tendances émergentes et des défis du marché.

Maintenant que vous avez examiné comment innover avec votre offre, vous devez réfléchir à votre modèle commercial et à la possibilité de l'adapter à votre niche plus restreinte.

Passons en revue les modèles commerciaux les plus courants, particulièrement bien adaptés aux petites entreprises et aux entrepreneurs.

Votre modèle actuel peut très bien être un mélange de certains de ces éléments. Les avantages et les inconvénients vous aideront à évaluer quel(s) modèle(s) pourraient s'adapter aux changements que vous envisagez d'apporter à vos offres.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.



Modèle d'abonnement/d'adhésion . Par exemple, une salle de sport locale ou un site Web de contenu spécialisé proposant un abonnement mensuel.

Avantages :

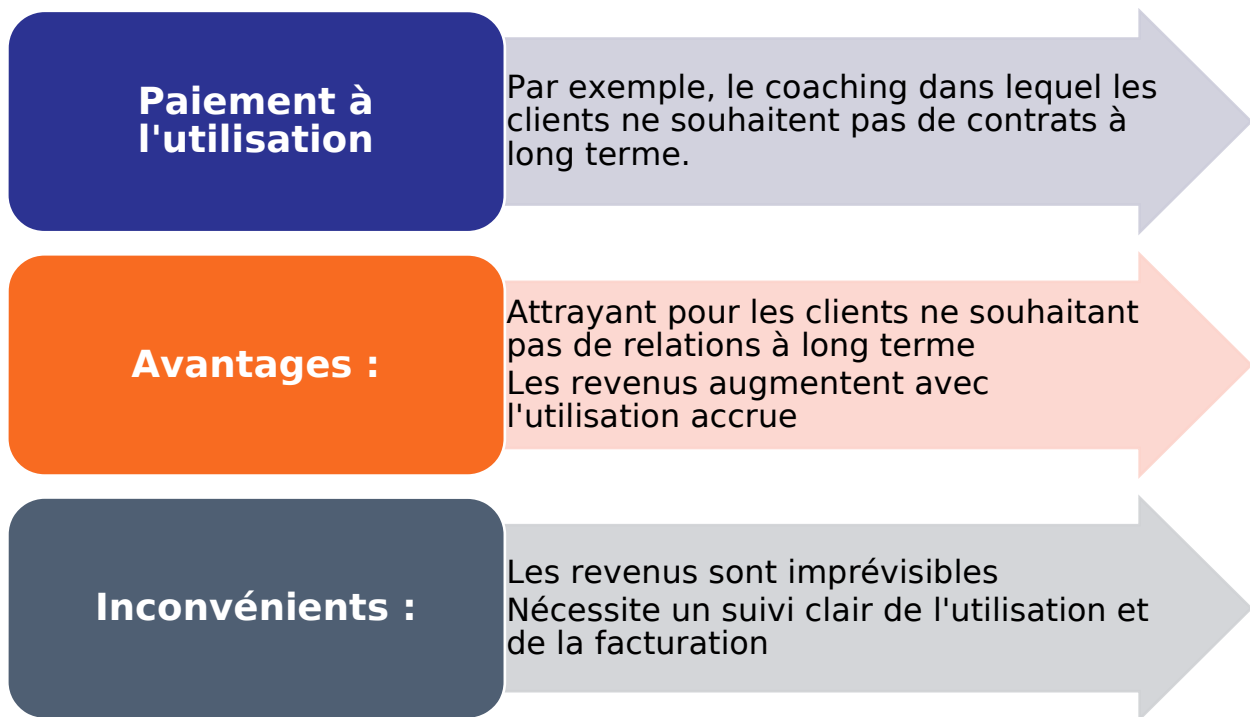
- Des revenus prévisibles et récurrents aident à la planification financière.
- Renforce la fidélité des clients à mesure que les utilisateurs s'engagent sur des périodes plus longues.

Inconvénients :

Nécessite une innovation et un marketing continus pour maintenir l'offre attractive.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Taux de désabonnement élevé des clients si la valeur n'est pas constamment fournie.



Paiement à l'utilisation . Par exemple, une activité axée sur les services, comme le coaching ou le support informatique, où les clients préfèrent ne pas s'engager dans des contrats à long terme.

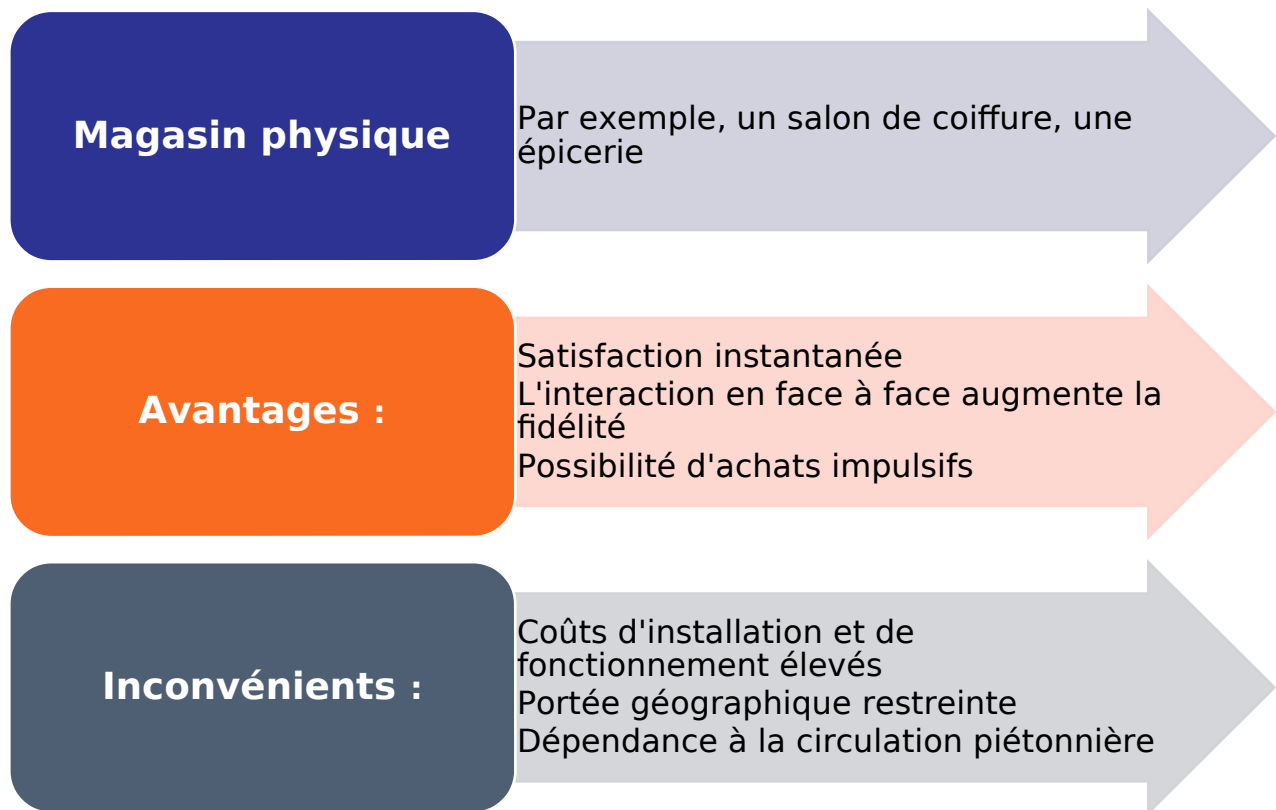
Avantages :

- Attrayant pour les clients ne souhaitant pas d'engagements à long terme.
- Les revenus augmentent avec l'utilisation accrue.

Inconvénients :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

- Les revenus sont imprévisibles, ce qui complique la planification financière.
- Nécessite des systèmes précis de suivi de l'utilisation et de facturation pour la gestion.



Commerce physique . Par exemple, un salon de coiffure ou une épicerie.

Avantages :

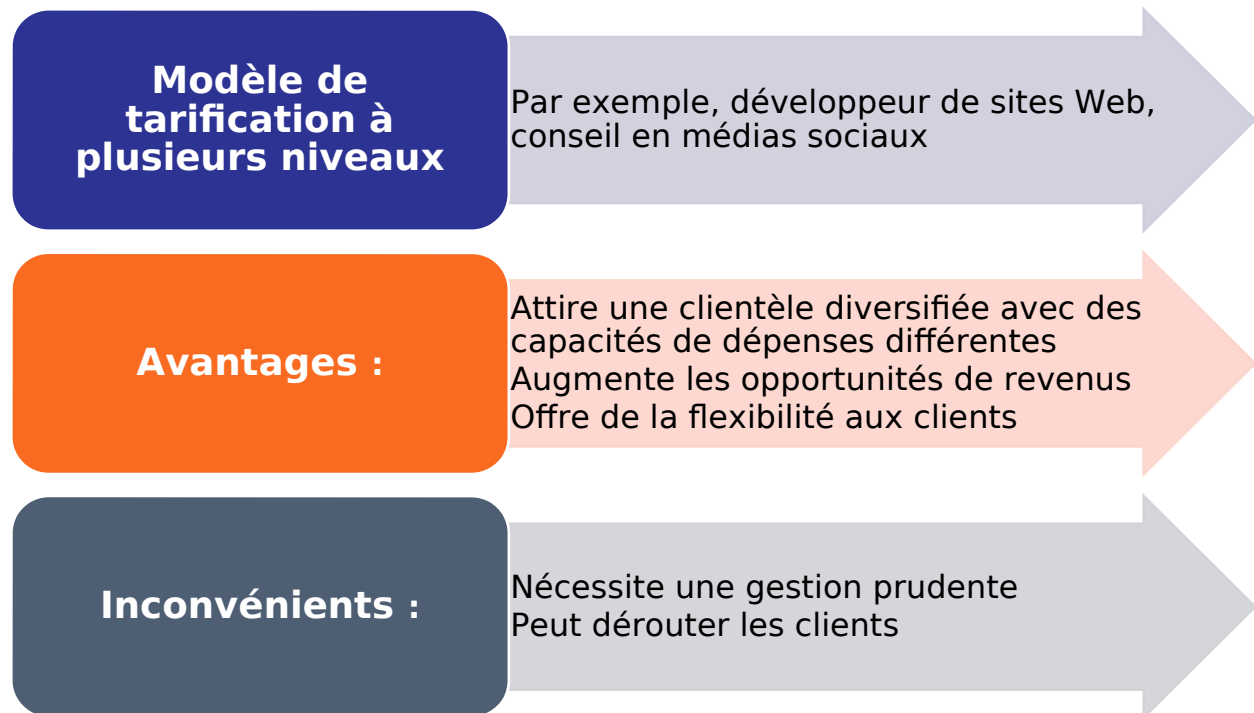
- Satisfaction instantanée puisque les clients n'ont pas à attendre la livraison.
- L'interaction en face à face peut créer des relations plus solides et accroître la fidélité des clients.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

- Possibilité de navigation et d'achats impulsifs.

Inconvénients :

- Coûts d'installation et de fonctionnement élevés en termes de loyer, de services publics, de personnel et de maintenance.
- Portée géographique restreinte.
- Dépendance à la circulation piétonnière.



Modèle de tarification à plusieurs niveaux. Par exemple, un développeur de site Web ou un cabinet de conseil en médias sociaux.

Avantages :

- Attire une clientèle diversifiée avec des capacités de dépenses différentes en proposant différents niveaux de valeur.
- Augmente les opportunités de revenus en offrant des options

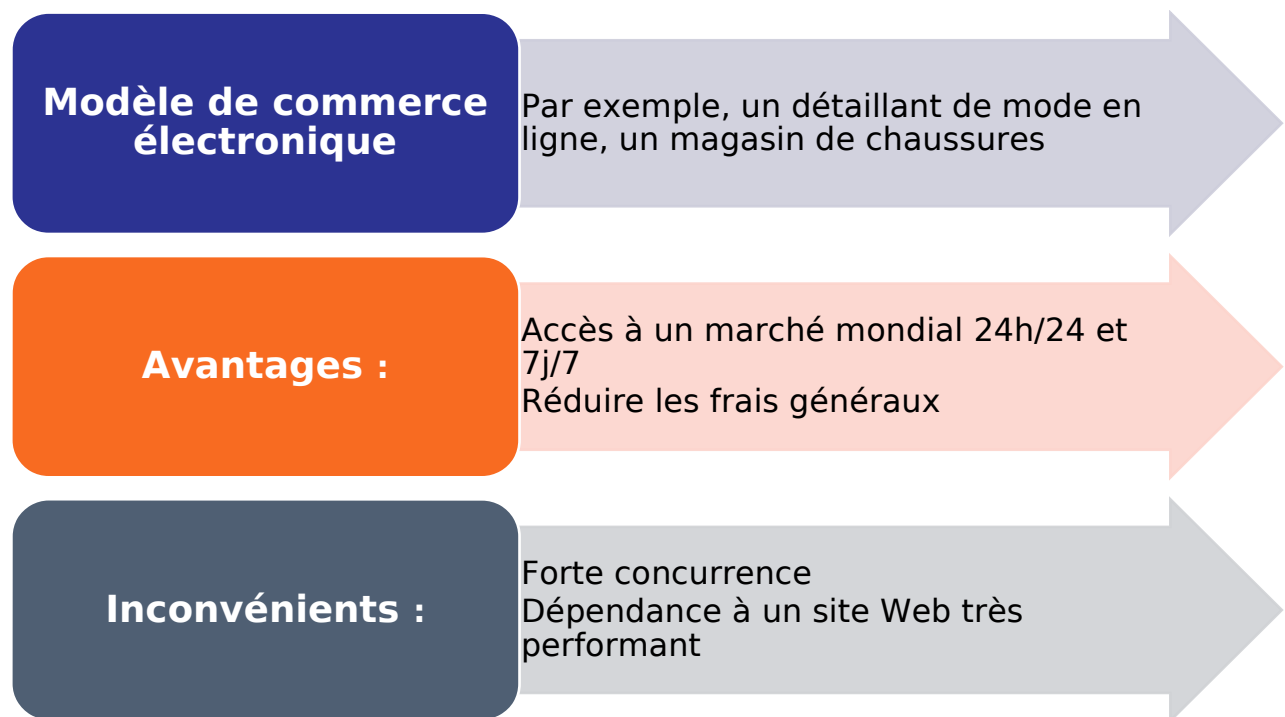
7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

premium à ceux qui peuvent payer plus.

- Offre de la flexibilité aux clients, améliorant ainsi leur satisfaction et leur fidélisation.

Inconvénients :

- Nécessite une gestion minutieuse pour optimiser efficacement plusieurs niveaux.
- Peut dérouter les clients s'il n'est pas clairement différencié.



Modèle de commerce électronique. Par exemple, un détaillant de mode en ligne ou un magasin de chaussures.

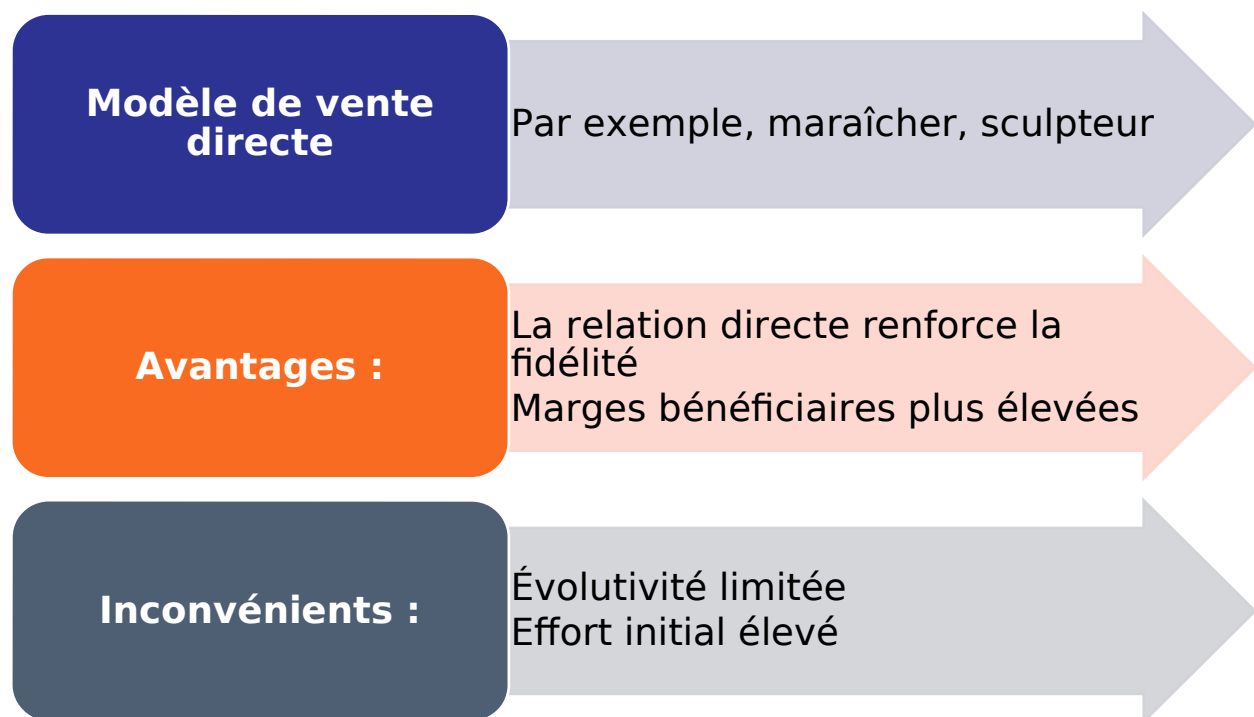
Avantages :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

- Accès à un marché mondial 24h/24 et 7j/7, augmentant le potentiel de vente.
- Frais généraux inférieurs à ceux des magasins physiques.

Inconvénients :

- Forte concurrence de la part d'autres vendeurs en ligne.
- Dépendance à un site Web très performant.



Modèle de vente directe . Par exemple, un maraîcher vendant sur un marché de producteurs locaux ou un sculpteur sur des foires artisanales.

Avantages :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

- La relation directe avec les clients renforce la fidélité et la rétroaction.
- Des marges bénéficiaires plus élevées en supprimant les intermédiaires.

Inconvénients :

- Peut limiter l'évolutivité.
- Un effort initial important est nécessaire pour établir des relations avec les clients.

Adaptez votre modèle d' entreprise

Vous pourriez constater que le fait de modifier votre modèle économique pour cette offre sera l'élément de différenciation qui vous distinguera de vos concurrents. Par exemple, si tous vos concurrents proposent leur coaching selon un modèle de paiement à l'utilisation, mais que vous décidez d'introduire un modèle d'abonnement, cela constitue un argument de vente.

Cela ne signifie pas que vous devez complètement changer votre façon de faire des affaires. Mais il existe peut-être un modèle commercial plus adapté à vos besoins. En effectuant des ajustements, vous pourriez augmenter vos revenus *et* améliorer votre façon de répondre aux besoins de vos clients.

Exemple : Concierge exécutif pour animaux de compagnie

Exemple : Concierge exécutif pour animaux de compagnie

Pourrait augmenter les revenus avec :
Programme d'adhésion mensuel ou
Tarification à plusieurs niveaux

Revenons à l'exemple de la garde d'animaux de compagnie évoqué précédemment. Ce magasin physique a déjà ajouté le commerce électronique par le biais d'une boutique en ligne. Il a identifié une niche plus petite et potentiellement plus rentable et peut augmenter ses revenus provenant de ces clients en ajoutant un autre modèle commercial au modèle de magasin existant, par exemple :

- Un programme d'adhésion mensuel qui offre une réservation prioritaire, des remises sur les services groupés et un accès à des événements et séminaires exclusifs sur les soins aux animaux de compagnie.
- Tarification échelonnée avec trois niveaux offrant chacun un niveau de service différent à différents segments de clientèle. Le service premium tout compris sera le plus cher.

Souviens-toi:

- Améliorez les offres existantes qui ne répondent pas aux besoins des clients.
- Choisissez un nouveau modèle commercial si nécessaire pour améliorer votre offre.

Mesures à prendre :

1. Examinez les lacunes que vous avez identifiées dans la matrice d'alignement client à l'étape 3. Notez les ajustements ou améliorations que vous pourriez apporter à vos produits ou services pour mieux répondre aux attentes des clients.
2. Décrivez les changements potentiels nécessaires, y compris le calendrier et les ressources.
3. Déterminez si votre modèle d'affaires actuel doit être adapté pour mieux s'adapter à votre niche plus restreinte et à votre offre modifiée.

Module 5 - Étape 5 : Optimisez et améliorez l'expérience de vos clients

Dans ce module, vous vous concentrerez sur l'expérience client.

Vous simplifierez vos processus de vente et de service afin que l'achat chez vous soit une expérience facile et agréable et que le service client soit exceptionnel.

Offrir un service client exceptionnel

Un service client exceptionnel différenciera votre entreprise et contribuera à établir la crédibilité et la confiance au sein du créneau que vous avez choisi.

Cela renforcera la fidélité des clients et générera des commentaires positifs de bouche à oreille pour ajouter de la puissance à votre marketing.

Le service client ne se limite pas à la fourniture constante de produits ou de services de haute qualité. Il s'agit également de la manière dont vous traitez les questions et les problèmes qui surviennent et du respect que vous manifestez envers ceux qui achètent chez vous.

Vos concurrents peuvent proposer des offres similaires, mais si votre service client est de premier ordre, vous vous démarquerez largement d'eux sur le marché.

Améliorer le support client

Votre service d'assistance doit être impeccable. Si tel est le cas, les clients reviendront vers vous à plusieurs reprises.

Les clients veulent un service rapide et efficace. Réduisez donc les temps d'attente à des niveaux réalistes pour les demandes de service client. Proposez un éventail de canaux d'assistance, notamment le téléphone, l'e-mail, le chat et les réseaux sociaux, afin que les demandeurs puissent facilement obtenir les réponses qu'ils souhaitent.

Allez plus loin

Efforcez-vous de dépasser ce que vos clients attendent d'une marque.

De nombreuses entreprises récompensent leurs clients fidèles avec des programmes de fidélité. Vous pouvez aller plus loin en offrant des avantages ou des services inattendus. Il peut s'agir de mises à niveau gratuites, de remises d'anniversaire ou de notes de remerciement personnalisées. Faire certaines choses gratuitement montre à vos clients que vous ne faites pas ça uniquement pour l'argent.

Formez votre équipe

Vous ne pouvez pas tout faire vous-même. Si possible, créez une équipe d'assistance dédiée qui pourra vous aider. Donnez-leur la formation dont ils ont besoin pour écouter activement et répondre avec empathie. Ils auront besoin d'une connaissance détaillée des produits et de l'autorité nécessaire pour prendre des décisions qui mèneront à un service client de qualité supérieure.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Personnalisez toutes vos interactions avec vos clients. En utilisant le nom d'une personne dans une conversation, vous montrez aux clients qu'ils sont appréciés et écoutés, améliorant ainsi l'expérience globale du client.

Simplifiez vos processus de vente et de service

Vous ne voulez pas de clients frustrés. Optimisez vos opérations pour rendre le processus d'achat simple et sans tracas.

Si vous vendez en ligne , parcourez l'expérience du panier d'achat et apportez les modifications nécessaires si vous remarquez des problèmes.

Assurez-vous que toutes les informations dont les clients ont besoin sur les produits et services sont faciles à trouver et à comprendre. Ajoutez une page de FAQ à votre site Web ou à vos informations commerciales ou introduisez une fonction de chat en direct.

Tirer parti de la technologie

Il existe de nombreux outils pour vous aider à fournir un service client amélioré, par exemple :

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Fournisseurs de messagerie électronique et de pages de destination

Commentaires sur la satisfaction des clients, par exemple Typeform , SurveySparrow , Zoho

Planificateurs automatiques, par exemple Calendly, YouCanBookMe , Acuity Scheduling

Système de gestion de la relation client (CRM)

Chatbots, par exemple LiveChat , Hubspot et applications DM, par exemple WhatsApp, Messenger

- électronique et de page de destination peuvent être configurés avec une personnalisation maximale pour les e-mails, les formulaires d'inscription, les ventes et les pages de remerciement.
- Les outils de satisfaction client tels que Typeform, SurveySparrow et Zoho vous donnent les commentaires des clients en temps réel.
- Les planificateurs automatiques tels que Calendly, YouCanBookMe ou Acuity Scheduling donnent aux clients un accès direct à votre agenda, ce qui facilite et accélère la prise de rendez-vous.
- Un système de gestion de la relation client (CRM) vous aidera à

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

conserver des enregistrements détaillés des préférences des clients et de l'historique des achats.

- Les chatbots comme LiveChat, Hubspot ou Olark et les applications de messagerie directe comme WhatsApp ou Messenger facilitent l'interaction avec les clients.

Bien qu'il soit utile de bénéficier de l'aide de systèmes automatisés, n'oubliez pas que vous vous démarquerez davantage sur le marché lorsque vous aurez de vraies personnes traitant avec de vrais clients.

Soyez clair sur ce que vous pouvez offrir

Offrir un service exceptionnel et en parler améliorera votre position sur le marché.

Élaborez une déclaration de livraison client qui définit ce que les clients peuvent systématiquement attendre de votre entreprise en matière de valeur, de service et d'expérience globale.

Exemple

« Nous vous promettons de vous livrer votre pizza en 20 minutes ou nous vous remboursons. »

Ne pas livrer à temps = crédibilité endommagée

Livrer en 15 minutes = dépasser les attentes des clients

Soyez réaliste lorsque vous promettez

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

« Nous vous promettons de vous livrer votre pizza en 20 minutes ou nous vous remboursons. »

C'est très clair et pertinent. Cependant, si vous ne livrez pas à temps, vous entamerez votre crédibilité. En revanche, si vous livrez en 15 minutes, vous dépasserez les attentes de vos clients et renforcerez une image positive.

Soyez réaliste lorsque vous faites une promesse.

Une fois que vous avez votre déclaration de livraison client , affichez-la de manière visible sur tous vos supports marketing et points de contact client.

Cela pourrait être la différence qui vous fera sortir du lot.

Souviens-toi:

- Un service client exceptionnel peut être le différenciateur dont vous avez besoin.
- N'exagérez pas l'automatisation – conservez la touche personnelle.
- Assurez-vous de pouvoir tenir toutes vos promesses faites aux clients.

Étapes d'action :

1. Identifiez les domaines spécifiques dans lesquels vous pouvez améliorer l'expérience client, par exemple en fournissant un service plus rapide.
2. Achetez auprès de votre propre entreprise pour tester votre panier d'achat (facultatif).

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

- a. Notez les modifications nécessaires pour rendre le processus de vente plus fluide et plus convivial pour le client.
3. Inscrivez-vous pour tester des outils qui vous aideront à offrir un meilleur service client, par exemple un chatbot en direct ou un planificateur de rendez-vous.
4. Élaborez une déclaration de livraison client claire et convaincante.
5. Choisissez trois endroits pour promouvoir votre déclaration, par exemple, un site Web, des plateformes de médias sociaux, une page de vente.

Module 6 - Étape 6 : Affinez votre message

Dans ce module, vous rédigerez une proposition de valeur unique qui explique en quoi vous vous différenciez afin d'aider les consommateurs à vous choisir plutôt que vos concurrents. Vous sélectionnerez également des méthodes marketing pour diffuser ce message à votre public cible révisé.

Identifiez votre point de différence

Vous devez maintenant peaufiner votre message pour mettre en évidence la manière dont vos produits ou services répondent directement aux défis spécifiques de votre public cible révisé. Vous souhaitez souligner pourquoi un client devrait choisir votre offre plutôt qu'une autre.

Vous connaîtrez cette différence grâce au travail que vous avez effectué aux étapes précédentes. Par exemple, votre point de différence précis pourrait être la promesse de livraison au client que vous avez élaborée à l'étape 5.

D'autres différences notables peuvent être :

Promesse de livraison au client

Expérience personnelle unique

Systèmes innovants

Autres méthodes de paiement

Valeur ajoutée compétitive

Collaborations créatives

Preuve sociale exceptionnelle

- Expérience personnelle unique ou qualifications exceptionnelles.
- Des systèmes innovants comme l'ajout de technologie à un service généralement exécuté manuellement, ou vice versa.
- Méthodes de paiement alternatives qui permettent aux clients d'étaler leurs paiements sur une période donnée.
- Une valeur ajoutée compétitive comme des bonus gratuits intéressants, une livraison le jour même ou des remboursements sans poser de questions.
- Des collaborations créatives avec des influenceurs connus qui approuvent vos produits ou services et élargissent votre portée au sein du marché cible.
- Preuve sociale exceptionnelle provenant de témoignages, d'avis

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

d'utilisateurs et d'approbations en ligne qui démontrent la valeur et l'efficacité de vos offres.

Créez votre proposition de valeur unique (UVP)

Votre UVP est une déclaration claire qui décrit les avantages de votre produit ou service, comment il répond aux besoins de vos clients et ce qui le distingue de la concurrence.

Vous disposez peut-être déjà d'une UVP, mais si vous modifiez ou mettez à jour vos offres pour être plus compétitifs, vous devez en créer une nouvelle pour refléter cela.

Voici un modèle générique que vous pouvez personnaliser en fonction de votre offre spécifique et de votre public cible :

Modèle

Atteignez [le résultat souhaité] **avec** [votre service/produit]. [Caractéristique distinctive] **pour** [public cible] **qui** [résolve les problèmes]

Atteignez [le résultat souhaité] avec [votre service/produit]. [Caractéristique distinctive] pour [public cible] qui [résolve les problèmes]

Exemple de coach de carrière en ligne :

« Réalisez votre plein potentiel grâce à un coaching de carrière personnalisé et à des conseils d'experts conçus pour les professionnels ambitieux afin d'accélérer votre progression de carrière et de renforcer votre confiance. »

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Veillez à rester dans le créneau que vous avez choisi et ne vous laissez pas distraire en essayant de faire quelque chose en dehors de votre gamme de produits ou de services définie. Cela diluera votre offre et peut vous conduire à nouveau dans des domaines plus concurrentiels. Si on vous demande de travailler en dehors de votre créneau, faites savoir à votre client que vous aimeriez l'aider, mais que ce n'est pas ce que vous faites.

Sélectionnez des méthodes de marketing appropriées

Utilisez les canaux marketing pour communiquer le nouveau message. Concentrez-vous sur les domaines où votre public cible est le plus actif, comme les plateformes de réseaux sociaux, les blogs ou les forums en ligne.

Améliorez votre présence numérique en incluant votre UVP sur votre site Web, vos pages de vente, votre blog ou vos annuaires en ligne.

Renforcez votre message grâce aux méthodes marketing qui fonctionnent systématiquement pour vous, telles que les campagnes par e-mail, les vidéos et les diffusions en direct sur les réseaux sociaux.

Souviens-toi:

- Affinez votre message marketing pour montrer votre point de différence.
- Utilisez votre UVP pour indiquer en quoi vous vous démarquez de la concurrence.

Mesures à prendre :

1. Identifiez votre point de différenciation clé, par exemple un service client exceptionnel et une livraison gratuite le jour même.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

2. Rédigez une proposition de valeur unique convaincante qui communique votre valeur unique au public cible de votre niche révisée.
3. Choisissez trois façons de diffuser votre nouvelle proposition de valeur unique, par exemple des pages de vente, des groupes de discussion LinkedIn ou des vidéos TikTok.

Module 7 - Étape 7 : Mettre en œuvre votre plan d'action

Tout au long du cours, vous avez signalé des améliorations qui vous permettront de conserver votre avantage concurrentiel sur le marché.

À l'étape 7, vous combinerez toutes vos idées pour élaborer un plan d'action qui vous guidera dans la mise en œuvre du changement. Il vous permettra de vous démarquer sur votre marché.

Atteignez vos résultats

Il est essentiel de veiller à ce que chaque action que vous entreprenez soit stratégiquement orientée vers la mise en valeur de votre marque.

Récapitulons les étapes du cours et comment la mise en œuvre de chacune d'entre elles améliorera votre position sur le marché, revitalisera votre marque et stimulera la croissance de votre entreprise même lorsque la concurrence est rude.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

Étape 1 : Identifiez les domaines sur lesquels vous devez vous recentrer

Cibler les marchés mal desservis en se concentrant sur des niches inexploitées
Capter l'attention de nouveaux clients

Étape 2 : Apprenez à mieux connaître vos clients

Adapter les produits/services aux préférences du nouveau marché de niche
Élargir la portée du marché à des segments de clientèle inexploités

Étape 3 : Identifier les opportunités inexploitées

Ajoutez de la valeur pour répondre à des besoins spécifiques non satisfaits Rationalisez les offres actuelles

Étape 4 : actualisez vos offres

Affiner le lien entre les besoins des clients et les modèles économiques
Alignez les offres avec les besoins précis de vos clients

Étape 5 : Optimisez et améliorez l'expérience de vos clients

Améliorer l'expérience client globale
Favoriser le bouche-à-oreille positif

Étape 6 : Affinez votre message

Mettre en valeur ce qui distingue l'entreprise
Maximisez l'impact avec des méthodes marketing sélectionnées

Étape 1 : Identifiez les domaines sur lesquels vous devez vous recentrer

Une fois que vous avez identifié une niche rentable grâce à votre analyse SWOT, cela vous aidera à vous démarquer en :

- Cibler les marchés mal desservis en se concentrant sur une niche que les concurrents négligent.
- Capter l'attention des nouveaux clients que votre entreprise peut mieux servir.

Étape 2 : Apprenez à mieux connaître vos clients

En développant un profil client détaillé pour votre niche plus restreinte, vous serez en mesure de :

- Adaptez vos produits ou services directement aux préférences détaillées de votre nouveau marché de niche. Cela distingue votre entreprise des concurrents qui proposent des solutions plus génériques.
- Élargissez votre portée commerciale à des segments de clientèle inexploités, élargissant ainsi votre marché potentiel.

Étape 3 : Identifier les opportunités inexploitées

L'identification des lacunes de la matrice d'alignement client vous aide à :

- Ajoutez de la valeur pour répondre à des besoins spécifiques non satisfaits afin que votre entreprise se démarque comme innovante et axée sur le client.
- Optimisez vos offres actuelles pour rendre votre marque plus

attrayante.

Étape 4 : actualisez vos offres

Actualiser vos offres pour répondre aux attentes des clients vous aide à :

- Affiner le lien entre les besoins des clients et les modèles d'affaires pour fournir aux clients des solutions qui ne sont pas proposées ailleurs.
- Alignez vos offres sur les besoins précis de vos clients afin qu'ils achètent chez vous et non chez vos concurrents.

Étape 5 : Optimisez et améliorez l'expérience de vos clients

En rendant le processus d'achat simple et agréable, vous :

- Améliorez l'expérience client globale et renforcez la réputation de votre marque en matière de qualité et de service, vous démarquant ainsi de vos concurrents.
- Favorisez le bouche-à-oreille positif, transformez les clients satisfaits en défenseurs de votre entreprise et rendez votre marque plus attrayante.

Étape 6 : Affinez votre message

Créer et diffuser une proposition de valeur solide et unique vous permet de :

- Mettez en valeur ce qui distingue votre entreprise de la masse, en vous concentrant sur les avantages uniques qui trouvent un écho auprès de

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

votre public cible.

- Maximisez votre impact sur le marché en utilisant efficacement des méthodes marketing sélectionnées.

Planifiez vos actions

Quelle que soit votre motivation pour apporter des changements et atteindre ces résultats, vous ne pourrez pas le faire du jour au lendemain.

Chaque étape du cours s'appuie sur la précédente, il est donc logique de suivre les étapes 1 à 7. Dans chaque étape, il y aura des actions qui apporteront des gains rapides et d'autres qui prendront plus de temps.

Lors de la planification, donnez la priorité aux tâches qui vous apporteront des gains rapides. Cela signifie que vous obtiendrez un succès à chaque étape. Par exemple, à l'étape 5, vous pouvez immédiatement personnaliser la configuration des interactions dans votre panier d'achat. Plus tard, vous pouvez rechercher quel système de chat ou de messagerie directe conviendra le mieux à vos clients.

Cela signifie que vous déployez les ajustements de manière progressive et attribuez les délais en conséquence.

Complétez le **planificateur Stand Out** pour vous aider.

Mesurer les progrès

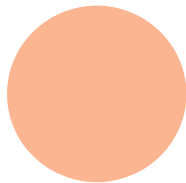
Il existe de nombreuses mesures que vous pouvez utiliser pour suivre les progrès.

Ils vous aideront à obtenir des informations précieuses sur l'efficacité avec laquelle votre entreprise répond aux besoins de son marché de niche et sur

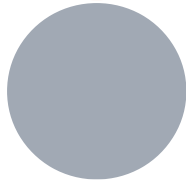
7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

les domaines dans lesquels vous devrez peut-être procéder à des ajustements pour améliorer ses performances.

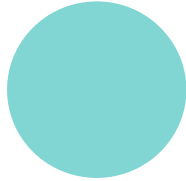
Voici trois indicateurs clés sur lesquels se concentrer :



1. Score de satisfaction client (CSAT)



2. Taux de conversion des ventes



3. Taux d'engagement

1. Score de satisfaction client (CSAT)

- Mesurez la satisfaction immédiate du client avec votre produit, votre service ou votre expérience globale en remplissant le formulaire de commentaires sur la satisfaction du client.
- Vous donne un retour rapide sur la façon dont vos produits ou services répondent aux attentes de votre nouveau marché de niche. Il vous aide à identifier les domaines dans lesquels vos offres sont efficaces ou doivent être modifiées afin que vous puissiez procéder à des ajustements.

2. Taux de conversion des ventes

- Suit le pourcentage de personnes qui achètent, transformant les

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

prospects en clients payants.

- Il est essentiel de comprendre l'efficacité du marketing sur votre nouveau créneau. Si votre taux de conversion est plus élevé qu'avant, c'est le signe que les changements que vous avez apportés portent leurs fruits et que votre offre correspond aux attentes de vos clients cibles.

3. Taux d'engagement

- Mesure l'implication de vos clients envers votre marque via des clics, des commentaires, des partages et d'autres actions sur les réseaux sociaux.
- Des taux d'engagement élevés témoignent d'une plus grande fidélité à la marque. Ils indiquent que le contenu que vous publiez est pertinent et intéressant pour votre public cible. Cela peut se traduire par une plus grande visibilité, davantage de marketing de bouche à oreille et de recommandations, ce qui stimule les ventes.

Souviens-toi:

- Assurez-vous que chaque action que vous entreprenez vise à faire en sorte que votre marque se démarque.
- Choisissez des gains rapides à mettre en œuvre en premier.
- Assurez-vous que les mesures correspondent à vos objectifs commerciaux.

Mesures à prendre :

1. Remplissez le **planificateur Stand Out séparé**.

7 Steps to Revitalize Your Business, Find Your Niche, and Stand Out in a Saturated Market.

2. Sélectionnez les indicateurs spécifiques que vous utiliserez pour suivre vos progrès, par exemple les taux d'engagement. Assurez-vous qu'ils correspondent aux objectifs commerciaux que vous avez identifiés précédemment.

Module 8 - Étapes suivantes

VOUS avez atteint la fin du cours, il est donc temps de planifier la suite des événements pour votre entreprise.

Assurez l'avenir de votre entreprise

Vous souhaitez conserver un avantage concurrentiel. Pour cela, vous devez surveiller en permanence vos performances, les retours de vos clients et les tendances du marché. Si vous procédez ainsi, vous resterez suffisamment agile pour adapter vos stratégies.

Voici quelques conseils de bonnes pratiques :

Surveillez régulièrement les nouveautés



Maintenir une communication active



Inviter les commentaires



Restez au courant des avancées technologiques



Soyez prêt à saisir les opportunités sur les petits marchés



- Surveillez régulièrement les nouveautés de votre marché et les souhaits de vos clients afin de pouvoir répondre aux demandes non satisfaites.
- Maintenez une communication active avec vos clients et prospects via les réseaux sociaux, les sondages et les événements communautaires pour comprendre leurs besoins et attentes actuels.
- Faites de votre entreprise un lieu où les nouvelles idées et les commentaires des clients sont les bienvenus.
- Restez au courant des avancées technologiques qui pourraient automatiser les processus ou améliorer l'expérience client.
- Soyez prêt à saisir les opportunités sur les petits marchés pour maintenir la croissance.

Planifier des examens réguliers

Décidez à quel moment procéder à des évaluations complètes des performances de votre entreprise et à des mises à jour du plan. Cela peut être trimestriel, semestriel ou à un rythme adapté à votre entreprise.

Utilisez ces avis pour recueillir des informations qui génèrent des actions concrètes.

Souviens-toi:

- Surveillez en permanence les performances, les commentaires des clients et les tendances du marché.

à prendre :

1. Planifiez des séances de révision régulières pour adapter les stratégies selon les besoins.