

Guide d'action

Transformation et Innovation

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



STRATEGOS

Guide d'Action

Table des matières

Se démarquer sur un marché encombré – Aide-mémoire	1
Introduction	1
Des moyens durables pour rivaliser	1
Adoptez un nouveau regard pour revitaliser	1
Votre feuille de route tout au long du cours :	1
Objectifs d'apprentissage :	2
Mesures à prendre :	2
Module 1 - Étape 1 : Identifiez les domaines sur lesquels vous devez vous recentrer	3
Votre position actuelle sur le marché	3
Faire des changements n'est pas facile	3
Évaluer la situation actuelle et la rentabilité	3
Faites de la place pour votre entreprise	3
Soulager la pression d'une concurrence intense	3
Exemple : Magasin d'articles de sport	4
Exemple : Entreprise de décoration d'intérieur en ligne	4
Exemple : Ingénieur logiciel pour les ressources humaines	4
Avantages de la création de niches	4
Promouvoir des solutions pour les sous-marchés plus petits	4
Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces	5
Exemple : Petite boulangerie	5
Points forts :	5
Faiblesses :	5

Opportunités:	5
Menaces :	5
Fixez-vous des objectifs commerciaux SMART	6
Ils peuvent inclure des objectifs autour de :	6
Établissez des objectifs SMART pour l'année prochaine	6
Exemple:	6
Exemples d'objectifs SMART :	6
Souviens-toi:	7
Étapes d'action :	7
Module 2 - Étape 2 : Apprenez à mieux connaître vos clients	8
Affinez votre public cible	8
Parlez-leur directement	8
Base d'abonnés =	8
Recueillir et analyser les données client existantes	8
1. Utiliser les données existantes	8
Les avantages globaux :	9
Comment pouvez-vous ajouter ce que les clients veulent ?	9
Que veulent vos clients ?	9
2. Envoyer des enquêtes ciblées	9
Utiliser des outils d'enquête	9
Délai d'enquête	10
Modèle d'enquête	10
Introduction	10
Questions de l'enquête :	10
3. Analyser les réseaux sociaux et les avis en ligne	13
Créer un profil client	13
Modèle	13

Trouver de nouveaux publics	13
Souviens-toi:	14
Mesures à prendre :	14
Module 3 - Étape 3 : Identifier les opportunités inexploitées	15
Analyser les offres des concurrents	15
Recueillir des données auprès des concurrents les plus proches	15
Capitaliser sur les faiblesses	15
Lacunes identitaires dans votre offre existante	15
Utiliser la matrice d'alignement client	16
Exemple de matrice	16
Souviens-toi:	16
Mesures à prendre :	17
Module 4 - Étape 4 : Actualisez vos offres	17
Innover et améliorer	17
Exemple : Concierge exécutif pour animaux de compagnie	17
Une réflexion innovante	17
Exemple : friteuse à air Actifry	18
Révisez votre modèle d'affaires	18
Modèle d'abonnement/d'adhésion	18
Avantages :	18
Inconvénients :	18
Paieement à l'utilisation	18
Avantages :	19
Inconvénients :	19
Magasin physique	19
Avantages :	19
Inconvénients :	19

Modèle de tarification à plusieurs niveaux	19
Avantages :	19
Inconvénients :	20
Modèle de commerce électronique	20
Avantages :	20
Inconvénients :	20
Modèle de vente directe	20
Avantages :	20
Inconvénients :	20
Adaptez votre modèle d'affaires	20
Ajuster le modèle économique pour augmenter les revenus	21
Exemple : Concierge exécutif pour animaux de compagnie	21
Souviens-toi:	21
Étapes d'action :	21
Module 5 - Étape 5 : Optimisez et améliorez l'expérience de vos clients	22
Offrir un service client exceptionnel	22
Le service client va au-delà des produits/services	22
Améliorer le support client	22
Allez plus loin	22
Formez votre équipe	23
Simplifiez vos processus de vente et de service	23
Tirer parti de la technologie	23
N'automatisez pas tout	23
Soyez clair sur ce que vous pouvez offrir	24
Exemple	24
Déclaration de livraison au client	24
Souviens-toi:	24

Mesures à prendre :	24
Module 6 - Étape 6 : Affinez votre message	26
Identifiez votre point de différence	26
Quel est votre point de différence évident ?	26
Créez votre proposition de valeur unique (UVP)	26
Modèle:	27
Exemple . Coach de carrière en ligne	27
Votre niche choisie	27
Sélectionnez des méthodes de marketing appropriées	27
Souviens-toi:	28
Mesures à prendre :	28
Module 7 - Étape 7 : Mettre en œuvre votre plan d'action	29
Atteignez vos résultats	29
Étape 1 : Identifiez les domaines sur lesquels vous devez vous recentrer	29
Étape 2 : Apprenez à mieux connaître vos clients	29
Étape 3 : Identifier les opportunités inexploitées	29
Étape 4 : actualisez vos offres	29
Étape 5 : Optimisez et améliorez l'expérience de vos clients	30
Étape 6 : Affinez votre message	30
Planifiez vos actions	30
Des actions qui apportent des résultats rapides	30
Déployer les ajustements de manière progressive	30
Mesurer les progrès	31
1. Indice de satisfaction client (CSAT)	31
2. Taux de conversion des ventes	31
3. Taux d'engagement	31
Souviens-toi:	31

Étape d'action :	32
Module 8 – Étapes suivantes	33
Assurez l'avenir de votre entreprise	33
Planifier des examens réguliers	33
Souviens-toi:	33
Étape d'action :	33

Se démarquer sur un marché encombré – Aide-mémoire

Introduction

- Il est plus difficile que jamais d'attirer l'attention des clients
- Dépenser plus d'argent n'est pas la solution

Des moyens durables pour rivaliser

- Occuper un créneau unique et lucratif
- Offres Pivot pour un public spécifique

Adoptez un nouveau regard pour revitaliser

- Ce que vous fournissez
- Qui sont vos clients

Votre feuille de route tout au long du cours :

1. Trouver de nouvelles opportunités pour des niches de marché plus restreintes
2. Affinez la personnalité de votre public cible
3. Identifier les lacunes dans les offres existantes
4. Améliorer les offres de produits/services

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

5. Simplifier les processus de vente et de service
6. Élaborer une proposition de valeur unique
7. Mettre en œuvre votre plan d'action

Objectifs d'apprentissage :

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

- Évaluer la position sur le marché, identifier les opportunités de repositionnement
- Explorez les besoins non satisfaits, affinez la personnalité du public
- Évaluer dans quelle mesure les produits/services correspondent aux besoins du marché cible
- Déterminez comment innover/améliorer votre produit/services
- Simplifier les processus de vente et de service
- Élaborer une proposition de valeur unique
- Élaborer un plan d'action entièrement réalisable

Mesures à prendre :

1. Qu'attendez-vous de ce cours ?
2. Écrivez 3 compétences que vous espérez acquérir

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

Votre position actuelle sur le marché

- Au fil du temps, l'orientation de votre entreprise peut devenir moins définie

Faire des changements n'est pas facile

- Sans un esprit ouvert, vous devenez un obstacle à la croissance
- Problèmes de marché externes = nouvelles entreprises, changements de tendances, facteurs mondiaux

Évaluer la situation actuelle et la rentabilité

- Ces domaines représentent vos points forts

Faites de la place pour votre entreprise

- Le moyen le plus simple = affiner votre niche
- Trouver un groupe de clients négligés

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Soulager la pression d'une concurrence intense

- Rechercher des segments mal desservis des activités existantes
- Un tailleur propose de revitaliser la marque

Exemple : Magasin d'articles de sport

- Plus de 60 adultes sont ignorés par les détaillants de sport
- Présente des produits adaptés aux groupes de plus de 60 ans

Exemple : Entreprise de décoration d'intérieur en ligne

- Les daltoniens et les personnes malvoyantes sont négligés
- Favorise une décoration intérieure conçue avec des textures et des contrastes de couleurs
- Les étiquettes et les filtres d'achat se concentrent sur la texture et la convivialité

Exemple : Ingénieur logiciel pour les ressources humaines

- Se concentre sur les besoins uniques des cabinets médicaux
- Développe des logiciels pour la conformité des soins de santé, la planification des équipes et la gestion des contacts d'urgence

Avantages de la création de niches

- Se concentrer sur des niches plus petites = revitaliser l'entreprise et réduire la concurrence

Promouvoir des solutions pour les sous-marchés plus petits

- Répondre aux besoins spécifiques de clients distincts
- Facturez un prix élevé pour une solution spécialisée et sur mesure
- Facile à trouver des clients potentiels

Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces

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

Exemple : Petite boulangerie

Points forts :

- Recettes uniques, ingrédients de qualité, service client,
- Forte présence sur les réseaux sociaux, bon emplacement

Faiblesses :

- Petite cuisine, manque d'options en ligne
- Coûts d'exploitation élevés, budget limité

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Opportunités:

- Changement des préférences des consommateurs, des choix alimentaires, des partenariats,
- Commande en ligne et service de livraison par abonnement

Menaces :

- Concurrence croissante, coûts en hausse, critiques négatives, sécurité alimentaire
- Ralentissements économiques

Fixez-vous des objectifs commerciaux SMART

- Les objectifs dépendent des objectifs de l'entreprise

Ils peuvent inclure des objectifs autour de :

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

Établissez des objectifs SMART pour l'année prochaine

- Spécifique
- Mesurable

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- Réalisable
- Pertinent
- Limité dans le temps

Exemple:

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

Exemples d'objectifs SMART :

- Acquérir 50 nouveaux clients dans les 6 prochains mois
- Augmenter de 30 % le trafic sur le site Web au cours des 6 prochains mois
- Améliorer les conversions sur le site e-commerce de 5% d'ici la fin du 2ème trimestre
- Améliorer les taux de satisfaction des clients de 15 % l'année prochaine

Souviens-toi:

- Se concentrer sur des niches plus petites pour revitaliser les entreprises et réduire la concurrence
- Fixez-vous des objectifs SMART

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Étapes d'action :

1. Répondez aux questions de votre guide d'action pour réfléchir à votre situation actuelle
2. Documenter les tentatives de changement passées et les connaissances acquises
3. Analyse SWOT complète dans votre guide d'action
4. Fixez-vous des objectifs commerciaux SMART pour les 12 prochains mois
5. Identifier les opportunités de segmenter le marché en niches plus petites

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

Affinez votre public cible

- Votre choix = sous-marché de l'exploitation existante
- Qui sont les clients idéaux ?

Parlez-leur directement

- = Avantage concurrentiel
- Testez une niche plus restreinte par rapport à ce que vous savez des besoins

Base d'abonnés =

1. Acheteurs réguliers
2. Acheteurs passés
3. Les non-acheteurs

Recueillir et analyser les données client existantes

1. Utiliser les données existantes

- Exploitez les informations provenant des historiques d'achat, du support client et des commentaires
- Identifier les principaux avantages que les clients apprécient le plus

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Les avantages globaux :

- Commodité, accessibilité, fiabilité, respect de l'environnement
- Moins de tracas, meilleur prix, plus de commodité, meilleure apparence/confort

Comment pouvez-vous ajouter ce que les clients veulent ?

- Améliorer les délais de livraison
- Modifier les prix

Que veulent vos clients ?

- Acheteurs réguliers – habitudes, fréquence, retours d'expérience
1. Acheteurs passés - analyse des achats, commentaires
 2. Non-acheteurs - consultez les informations auxquelles ils se sont inscrits

2. Envoyer des enquêtes ciblées

- Créez des enquêtes courtes et ciblées
- Posez des questions spécifiques pour obtenir des commentaires sur un nouveau créneau

Utiliser des outils d'enquête

- Acheteurs réguliers : qu'est-ce qui leur plaît ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- Anciens acheteurs - Pourquoi ont-ils arrêté d'acheter ?
- Non-acheteurs – Comment les convertir en acheteurs ?

Délai d'enquête

- Demandez-leur de répondre dans un délai de 7 à 10 jours pour un traitement rapide
- Rassembler les résultats pour chaque groupe d'abonnés

Modèle d'enquête

- Mélange de types de questions, par exemple à choix multiples, à questions ouvertes
- Modifier le langage pour l'adapter à la marque
- Ajoutez toutes les questions spécifiques pertinentes
- Limitez-vous à 10 questions pour une enquête gratuite

Introduction

- Merci
- Vos commentaires sont précieux
- Répondez aux questions qui s'appliquent à votre expérience avec notre marque
- L'enquête devrait prendre 5 minutes à compléter

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Questions de l'enquête :

Questions générales pour tous

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 caractéristiques de nos produits/services appréciez-vous le

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

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 ?
 - 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)
 - 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

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

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
- Pour tout commentaire ou suggestion supplémentaire, faites-le nous savoir ci-dessous

3. Analyser les réseaux sociaux et les avis en ligne

- Utilisez des outils d'écoute sociale, par exemple Hootsuite, Mention
- Trouver des sujets de discussion courants
- Inscrivez-vous aux alertes Google et aux sites d'évaluation

Créer un profil client

- Décrivez le client idéal pour une niche plus petite
- Fournir des détails

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Modèle

- Nom
- Informations démographiques de base
- Défis et points sensibles
- Motivations
- Comportement d'achat
- Caractéristiques de communication
- Habitudes des médias sociaux

Trouver de nouveaux publics

1. Événements de réseautage, par exemple, Chambre de commerce, salons professionnels
2. Réunions virtuelles, groupes d'intérêt en ligne, webinaires
3. Partenariats/collaborations
4. Défis ou campagnes interactifs sur les réseaux sociaux
5. Parrainages d'événements communautaires locaux

Souviens-toi:

- Identifier un nouveau profil de client pour le sous-marché identifié
- Découvrez comment attirer un nouveau public

Mesures à prendre :

1. Identifier les principaux avantages que les clients apprécient

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- a. Créer une enquête de 10 questions
 - b. Envoyer et rassembler les réponses
 - c. Remarques sur les aperçus
2. Créer un profil client détaillé
 3. Réfléchissez à de nouvelles façons de communiquer

Module 3 - Étape 3 : Identifier les opportunités inexploitées

Analyser les offres des concurrents

- Les gens achètent chez des concurrents
- Que proposent-ils que vous ne proposez pas ?
- Où sont leurs lacunes ?

Recueillir des données auprès des concurrents les plus proches

- Examiner les sites Web et les boutiques en ligne des concurrents
- Consultez les avis en ligne, par exemple Google My Business, Yelp, Tripadvisor
- Surveiller les commentaires/discussions sur les réseaux sociaux

Capitaliser sur les faiblesses

- Un concurrent critiqué pour son mauvais service client
- Vous offrez un service exceptionnel

Lacunes identitaires dans votre offre existante

- Considérez dans quelle mesure les produits/services actuels correspondent aux besoins

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- Assurez-vous que votre offre résonne

Utiliser la matrice d'alignement client

- Identifier les lacunes pour des innovations potentielles
- Par exemple, proposer une option en ligne si les clients la demandent

Voir l'exemple de matrice sur le document relatif à la matrice d'alignement

Souvenez vous :

- Réviser régulièrement la personnalité du client

Mesures à prendre :

1. Identifier la satisfaction/insatisfaction client auprès de 3 concurrents.
2. **Matrice d'alignement client** complète .

Module 4 - Étape 4 : Actualisez vos offres

Innover et améliorer

- Répondre aux besoins du marché cible = moins de concurrence
- Tenir compte des lacunes identifiées
- Comment améliorer une offre existante ?

Exemple : Concierge exécutif 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

Une réflexion innovante

- Certaines entreprises changent complètement leurs offres

Exemple : friteuse à air Actifry

- Modification de la façon traditionnelle de préparer les frites

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- Introduction d'une nouvelle méthode sans friture et avec peu d'huile
- Positionne le Groupe SEB (T-Fal aux USA) comme leader mondial
- Le marché est désormais encombré par d'autres marques de friteuses à air

Révisez votre modèle d'affaires

- Réfléchissez au modèle économique que vous utilisez et à la nécessité de l'adapter.

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
- Fidélise la clientèle

Inconvénients :

- Nécessite une innovation continue
- Taux de désabonnement élevé des clients

Paielement à l'utilisation

Par exemple, le coaching dans lequel les clients ne souhaitent pas de contrats à long terme.

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Avantages :

- Attrayant pour les clients ne souhaitant pas de relations à long terme
- Les revenus augmentent avec l'utilisation accrue

Inconvénients :

- Les revenus sont imprévisibles
- Nécessite un suivi clair de l'utilisation et de la facturation

Magasin physique

Par exemple, un salon de coiffure, une épicerie

Avantages :

- Satisfaction instantanée
- L'interaction en face à face augmente la fidélité
- Possibilité d'achats impulsifs

Inconvénients :

- Coûts d'installation et de fonctionnement élevés
- Portée géographique restreinte
- Dépendance à la circulation piétonnière

Modèle de tarification à plusieurs niveaux

Par exemple, développeur de sites Web, conseil en médias sociaux

Avantages :

- a. Attire une clientèle diversifiée avec des capacités de dépenses différentes
- b. Augmente les opportunités de revenus

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

c. Offre de la flexibilité aux clients

Inconvénients :

- Nécessite une gestion prudente
- Peut dérouter les clients

Modèle de commerce électronique

Par exemple, un détaillant de mode en ligne, un magasin de chaussures

Avantages :

1. Accès à un marché mondial 24h/24 et 7j/7
2. Réduire les frais généraux

Inconvénients :

- ✓ Forte concurrence
- ✓ Dépendance à un site Web très performant

Modèle de vente directe

Par exemple, maraîcher, sculpteur

Avantages :

- La relation directe renforce la fidélité
- Marges bénéficiaires plus élevées

Inconvénients :

1. Évolutivité limitée

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

2. Effort initial élevé

Adaptez votre modèle d'affaires

- Trouvez le différenciateur
- Les concurrents proposent un coaching sous forme de paiement à l'utilisation
- Vous introduisez un modèle d'adhésion

Ajuster le modèle économique pour augmenter les revenus

- Vous n'avez pas besoin de changer complètement

Exemple : Concierge exécutif pour animaux de compagnie

Pourrait augmenter les revenus avec :

- Programme d'adhésion mensuel ou
- Tarification à plusieurs niveaux

Souvenez vous :

- Améliorer les offres existantes
- Choisir un nouveau modèle économique pour améliorer l'offre

Étapes d'action :

1. Examiner les lacunes. Écrire des ajustements/améliorations aux produits/services

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

2. Décrire les changements potentiels, y compris le calendrier et les ressources
3. Déterminer si le modèle commercial actuel doit être adapté

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

Offrir un service client exceptionnel

- Un service client exceptionnel différenciera votre entreprise
- Établit la crédibilité, la confiance, la loyauté

Le service client va au-delà des produits/services

- C'est la façon dont vous gérez les requêtes/problèmes
- Si votre service client est de premier ordre, vous vous démarquerez

Améliorer le support client

- Les clients veulent un service rapide et efficace
- Réduire les temps d'attente à des niveaux réalistes
- Offrir un choix d'assistance, par exemple, téléphone, e-mail, chat, médias sociaux

Allez plus loin

- Allez plus loin que les programmes de fidélité en offrant des avantages inattendus
- Par exemple, des surclassements gratuits, des remises d'anniversaire,

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

des remerciements personnalisés

Formez votre équipe

- Tu ne peux pas tout faire toi-même
- Créez une équipe de support dédiée et formez-la
- Personnalisez toutes les interactions avec les clients
- Montre que vous accordez de l'importance à vos clients

Simplifiez vos processus de vente et de service

- Simplifiez le processus d'achat
- Testez le panier d'achat et apportez les modifications nécessaires
- Assurez-vous que les informations sur le produit sont faciles à trouver
- Ajoutez une page FAQ au site Web, des informations sur les ventes ou un chat en direct

Tirer parti de la technologie

- 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

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

exemple WhatsApp, Messenger

N'automatisez pas tout

- L'automatisation est utile
- Mais gardez de vraies personnes qui traitent avec les clients

Soyez clair sur ce que vous pouvez offrir

- Élaborer une déclaration de livraison client indiquant ce à quoi les clients peuvent s'attendre

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

Déclaration de livraison au client

- Afficher la déclaration sur tous les supports marketing
- Cela pourrait faire la différence et vous démarquer

Souvenez vous :

- Un service client exceptionnel = le différenciateur

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- N'exagérez pas l'automatisation – conservez la touche personnelle
- Tenir ses promesses

Mesures à prendre :

1. Identifiez les domaines dans lesquels vous pouvez améliorer l'expérience client
 - a. Achetez pour tester votre panier (facultatif) – notez les modifications
2. Inscrivez-vous pour tester les outils
3. Élaborer une déclaration de livraison client convaincante
4. Choisissez 3 endroits pour promouvoir la déclaration

Module 6 - Étape 6 : Affinez votre message

Identifiez votre point de différence

- Affiner le message pour montrer comment les produits/services répondent aux défis
- Pourquoi les clients devraient-ils choisir votre offre ?

Quel est votre point de différence évident ?

- Promesse de livraison au client
1. Expérience personnelle unique
 2. Systèmes innovants
 3. Autres méthodes de paiement
 4. Valeur ajoutée compétitive
 5. Collaborations créatives
 6. Preuve sociale exceptionnelle

Créez votre proposition de valeur unique

C'est énoncé des avantages du produit/service + point remarquable

- Créer une nouvelle proposition de valeur unique pour refléter les changements apportés à la niche/au public cible

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

Modèle:

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

Exemple . 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. »

Votre niche choisie

- Ne vous laissez pas distraire en dehors du produit/service défini
- Cela diluera votre offre et entraînera davantage de concurrence
- Faites savoir au client que vous aimeriez l'aider, mais que ce n'est pas votre métier

Sélectionnez des méthodes de marketing appropriées

- Utilisez les canaux marketing pour communiquer un nouveau message
- Concentrez-vous là où le public cible est le plus actif
- Inclure l'UVP sur le site Web, les pages de vente, le site de blog et les annuaires en ligne
- Renforcez le message grâce à des méthodes de marketing, par

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

exemple des campagnes par e-mail, des vidéos, des diffusions en direct sur les réseaux sociaux

Souvenez vous :

- Affiner le message marketing
- Utilisez la proposition de valeur unique pour indiquer comment vous vous démarquez

Mesures à prendre :

1. Identifier le point clé de différenciation
2. Projet de proposition de projet convaincante
3. Choisissez 3 façons de diffuser un nouveau UVP

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

Atteignez vos résultats

- Orientez chaque action stratégique pour faire ressortir votre marque

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

- Ajouter de la valeur pour répondre à des besoins spécifiques non satisfaits
- Optimisez les offres actuelles

Étape 4 : actualisez vos offres

- Affiner le lien entre les besoins des clients et les modèles économiques

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- 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

Planifiez vos actions

- Vous ne pouvez pas effectuer tous les changements en même temps
- Suivez les étapes 1 à 7

Des actions qui apportent des résultats rapides

- Priorisez les tâches pour des résultats rapides, par exemple :
- Étape 5 : gain rapide = personnaliser les interactions avec le panier d'achat
- Recherchez ensuite quel système de chat/DM convient le mieux aux clients.

Déployer les ajustements de manière progressive

- Attribuer les horaires en conséquence
- Complétez le **planificateur Stand Out**

Mesurer les progrès

De nombreuses mesures disponibles pour suivre les progrès

- Un aperçu de la manière dont les entreprises répondent aux besoins
- Montrez où effectuer des ajustements pour améliorer les performances

1. Indice de satisfaction client (CSAT)

- Mesure la satisfaction immédiate du client en remplissant le formulaire de commentaires sur la satisfaction du client
- Retour rapide sur les progrès et les améliorations à apporter

2. Taux de conversion des ventes

- Pourcentage de ceux qui achètent
- Montre l'efficacité du marketing dans un nouveau créneau, par exemple, si le taux de conversion est plus élevé = les changements de signe fonctionnent

3. Taux d'engagement

- Dans quelle mesure les clients sont-ils activement impliqués, par exemple en cliquant, en commentant et en partageant ?
- Taux d'engagement élevés = contenu pertinent et intéressant

Souvenez vous :

- Assurez-vous que chaque action permet à la marque de se démarquer

7 étapes pour revitaliser votre entreprise, trouver votre niche et vous démarquer sur un marché saturé

- Mettre en œuvre d'abord des gains rapides
- Assurez-vous que les mesures correspondent aux objectifs commerciaux

Étape d'action :

1. Complétez le **planificateur Stand Out**
2. Choisissez vos métriques

Module 8 – Étapes suivantes

Assurez l'avenir de votre entreprise

- Surveillez régulièrement les nouveautés
 1. Maintenir une communication active
 2. Inviter les commentaires
 3. Restez au courant des avancées technologiques
 4. Soyez prêt à saisir les opportunités sur les petits marchés

Planifier des examens réguliers

- Réaliser des évaluations complètes, par exemple trimestrielles, tous les six mois
- Utilisez les avis pour recueillir des informations et susciter des actions concrètes

Souvenez vous :

- Surveiller en permanence les performances, les retours d'expérience et les tendances

Étape d'action :

1. Planifiez des séances d'évaluation régulières