

Transformation et Innovation

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



STRATEGOS

Guide d'Action

Table des matières

Module 2 - Étape 2 : Apprenez à mieux connaître vos clients.....	1
Affinez votre public cible.....	1
Parlez-leur directement.....	1
Base d'abonnés =	1
Recueillir et analyser les données client existantes.....	2
1. Utiliser les données existantes.....	2
.....	2
Les avantages globaux :	2
Comment pouvez-vous ajouter ce que les clients veulent ?.....	2
Que veulent vos clients ?.....	2
2. Envoyer des enquêtes ciblées.....	3
Utiliser des outils d'enquête.....	3
Délai d'enquête.....	3
Modèle d'enquête.....	3
Introduction.....	4
Questions de l'enquête :	4
Pour les anciens acheteurs.....	5
Pour les non-acheteurs.....	6
Questions ciblées pour valider les idées de niche pour tous.....	6
Conclusion de l'enquête.....	7
3. Analyser les réseaux sociaux et les avis en ligne.....	7
Créer un profil client.....	7
Modèle.....	7
Trouver de nouveaux publics.....	8
Souviens-toi:.....	8
Mesures à prendre :	8

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

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
- Acheteurs passés - analyse des achats, commentaires
- 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 ?
- 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

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

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

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 ?

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

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 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 : _____)

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

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 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

Modèle

- Nom
- Informations démographiques de base
- Défis et points sensibles

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

- Motivations
- Comportement d'achat
- Caractéristiques de communication
- Habitudes des médias sociaux

Trouver de nouveaux publics

- 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

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
 - a. Créer une enquête de 10 questions
 - b. Envoyer et rassembler les réponses

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

c. Remarques sur les aperçus

2. Créer un profil client détaillé

3. Réfléchissez à de nouvelles façons de communiquer