

Transformation et Innovation

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



STRATEGOS

Guide d'Action

Table des matières

Module 2 .Points à retenir, apports du module et guide des actions à entreprendre.....	1
Points à retenir.....	1
1. Affinez votre public cible.....	1
2. Recueillir et analyser les données clients.....	2
3. Créer un avatar client.....	4
4. Trouver de nouveaux publics.....	5
Apports du module.....	6
Guide des actions à entreprendre du module 2.....	6

Module 2 .Points à retenir, apports du module et guide des actions à entreprendre

Maintenant que vous avez identifié une opportunité inexplorée pour votre entreprise, ce module vous a guidé pour mieux comprendre vos clients existants et potentiels. Vous avez appris à affiner la personnalité de votre public cible et à étendre votre portée vers ce nouveau segment.

Points à retenir

1. Affinez votre public cible

Comprendre vos clients idéaux : Il est essentiel de bien connaître votre public cible, surtout lorsque vous vous concentrez sur un sous marché spécifique. Cela vous permet d'adapter votre message marketing et de vous démarquer.

Catégories de clients : Votre base d'abonnés se compose de trois catégories :

Clients réguliers : Ceux qui achètent fréquemment vos produits ou services.

Clients perdus : Ceux qui ont acheté dans le passé mais ne reviennent plus.

Prospects : Ceux qui se sont inscrits mais n'ont pas encore acheté.

Parlez-leur directement : Adaptez votre communication en fonction des besoins et des comportements spécifiques de chaque groupe pour obtenir un avantage concurrentiel.

2. Recueillir et analyser les données clients

Utiliser les données existantes :

Exploitez les informations provenant des historiques d'achat, des interactions avec le support client et des commentaires.

Identifiez les principaux avantages que vos clients apprécient le plus (commodité, accessibilité, fiabilité, respect de l'environnement, meilleur prix, etc.).

Envoyer des enquêtes ciblées :

Créez des enquêtes courtes et ciblées pour chaque catégorie d'abonnés.

Utilisez des outils comme Google Forms, Survey Monkey, ou Typeform pour recueillir des feedbacks précis.

Modèle d'enquête :

Introduction : Remerciez les participants et expliquez l'importance de leurs commentaires.

Questions générales :

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

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

Pour les clients réguliers : 3. Comment évaluez-vous votre satisfaction globale à l'égard de nos produits/services ? 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 clients perdus : 6. Qu'est-ce qui vous a poussé à arrêter d'acheter nos produits/services ?

Pour les prospects : 7. Qu'est-ce qui vous a empêché d'acheter nos produits/services ?

Questions ciblées pour valider les idées de niche : 8. Quelles fonctionnalités appréciez-vous dans les produits/services XXX ? 9. Si nous vous proposons XXX,

quelle serait la probabilité que vous l'achetiez ? 10.
Quelle fourchette de prix considérez-vous comme raisonnable pour XXX ?

Conclusion de l'enquête : Remerciez les participants et invitez-les à ajouter des commentaires supplémentaires.

Analyser les réseaux sociaux et les avis en ligne :

Utilisez des outils d'écoute sociale comme Hootsuite ou Mention pour identifier les sujets de discussion courants.

Inscrivez-vous aux alertes Google et consultez les sites d'évaluation pour recueillir des avis non sollicités.

3. Créer un avatar client

Décrire votre client idéal : À partir des données recueillies, créez un avatar client détaillé pour votre niche. Incluez des informations démographiques, des motivations, des comportements d'achat et des habitudes sur les réseaux sociaux.

Exemple d'avatar client :

Nom : Marie Dupont

Âge : 35 ans

Profession : Cadre dans une entreprise tech

Salaire : 60 000 €/an

Lieu : Urbain

Défis : Manque de temps pour les tâches quotidiennes

Motivations : Recherche des solutions pratiques et écologiques

Comportement d'achat : Achète en ligne après mûre réflexion

Préférences de communication : Email et réseaux sociaux

4. Trouver de nouveaux publics

Stratégies d'extension :

Réseautage : Participez à des événements professionnels, des conférences et des réunions virtuelles.

Partenariats : Collaborez avec des entreprises complémentaires pour des promotions croisées.

Engagement communautaire : Soyez actif dans des groupes locaux et parrainez des événements communautaires.

Campagnes interactives : Lancez des défis ou des campagnes sur les réseaux sociaux pour augmenter votre visibilité.

Apports du module

Compréhension approfondie des clients : Vous avez appris à analyser les besoins et les comportements de vos clients pour mieux les cibler.

Outils pratiques : Enquêtes, outils d'écoute sociale et modèles d'avatar client sont des ressources concrètes que vous pouvez appliquer immédiatement.

Stratégies d'extension : Vous avez découvert des moyens efficaces pour attirer de nouveaux publics et revitaliser votre entreprise.

Guide des actions à entreprendre du module 2

Analyser les données existantes : Identifiez les principaux avantages que vos clients apprécient.

Créer et envoyer une enquête : Utilisez le modèle fourni pour recueillir des feedbacks.

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

Créer un avatar client : Décrivez votre client idéal en détail.

Explorer de nouvelles stratégies : Réfléchissez à des moyens d'atteindre votre nouveau public cible.