

PROGRAMME SSDC

Stratégie Structuration Développement Commercial

Parmi les clients que j'accompagne, beaucoup se lancent avec passion dans un projet mais se retrouvent souvent confrontés à des résultats qui ne répondent pas à leurs attentes.

Les raisons ?

- ⇒ Des propositions de valeur à côté de ce que le client attend réellement.
- ⇒ Des canaux de distribution inefficaces.
- ⇒ Un pricing bancal sans réelle stratégie.
- ⇒ Une structure de coûts intenable.

A travers le **Programme SSDC**, je vous propose de :

- ⇒ Recentrer la proposition de valeur sur le vrai problème des clients.
- ⇒ Changer de canaux pour toucher le cœur de la cible.
- ⇒ Repenser le pricing pour maximiser la valeur créée.
- ⇒ Automatiser les tâches chronophages et éliminer les coûts superflus.

Si vous souhaitez appliquer cette méthode, voilà chacune des **5 étapes** qui vous permettra d'évaluer et d'optimiser votre stratégie afin de garantir une croissance durable.

⇒ **Étape 1 : Évaluation complète de votre modèle business**

Prenez le temps de revoir chaque aspect de votre modèle d'affaires, de votre proposition de valeur à votre structure de coûts. Utilisez des outils comme le Business Model Canvas pour cartographier et visualiser les composantes principales de votre entreprise.

⇒ **Étape 2 : Identification des lacunes et des opportunités**

Comparez vos objectifs actuels à vos résultats. Identifiez où et pourquoi des écarts existent. Menez des entretiens avec des clients et des collaborateurs pour comprendre leurs perspectives sur votre offre et leur expérience.

⇒ **Étape 3 : Ajustement des tactiques et stratégies**

Sur la base de votre analyse, ajustez vos tactiques de marketing, de vente et d'opérations pour mieux aligner vos ressources avec vos objectifs. Testez de nouvelles stratégies sur des segments de marché cibles avant de les déployer à grande échelle.

⇒ **Étape 4 : Amélioration de la proposition de valeur**

Réévaluez et améliorez votre proposition de valeur pour vous assurer qu'elle répond efficacement aux besoins et désirs de vos clients. Lancez un prototype de produit ou service modifié pour collecter des retours.

⇒ **Étape 5 : Suivi régulier et réévaluation**

L'évaluation de votre modèle d'affaires ne devrait pas être un exercice ponctuel. Intégrez-le dans votre routine de gestion ! Planifiez des révisions trimestrielles de votre modèle d'affaires pour intégrer les apprentissages et ajuster les plans rapidement. C'est le meilleur moyen de savoir si votre modèle d'entreprise est vraiment aligné avec vos objectifs.