

Stratégies : Repères pour une action efficace

*Une stratégie, c'est un ensemble d'opérations (souvent séquencées) qui visent à atteindre un objectif.
La pertinence de chaque opération et des techniques utilisées peut être évaluée à fin de réajustement.*

STRATÉGIES FONDATRICES

Stratégie commerciale que vais-je faire pour :

- Améliorer/structurer mon offre (produits & services)
- Mieux diffuser mon offre (vente)
- Optimiser mes marges

Stratégie de notoriété que vais-je faire pour :

- Me faire connaître auprès d'un public ciblé
- Améliorer l'image que les gens ont de moi, de mon offre

Stratégie d'organisation que vais-je faire pour :

- Gagner du temps
- Gagner en réactivité
- Gagner en qualité
- Gagner en stabilité/sécurité

STRATÉGIES TRANSVERSALES

Stratégie partenariale que vais-je faire pour :

- Définir les tâches que j'ai intérêt à "externaliser"
- Définir les tâches pour lesquelles j'ai intérêt à coopérer
- Trouver les partenaires / prestataires adéquats
- Développer mon "réseau"

Stratégie de développement que vais-je faire pour :

- Connaître les opportunités, comprendre les besoins du public ciblé
- Choisir mes axes de développement (territoire, offre...)
- Faire évoluer mes stratégies et les actions liées

Stratégie de communication

La communication est partie prenante de chaque stratégie. Plutôt que de parler de stratégie de communication, on gagne donc à parler des composantes communication de telle ou telle stratégie.

QUEL STRATÈGE ÊTES-VOUS ?

Le défensif observera ses concurrents et fera à peu près la même chose, en limitant au maximum les investissements.

L'offensif copiera ce que font ses concurrents, mais en mieux : offre mieux présentée, base de données clients plus fournie, optimisation des temps de réunion...

Le créatif mènera des actions et utilisera des outils dont ses concurrents ne disposent pas, ou le fera de manière originale.

