

Nouveaux Business Models

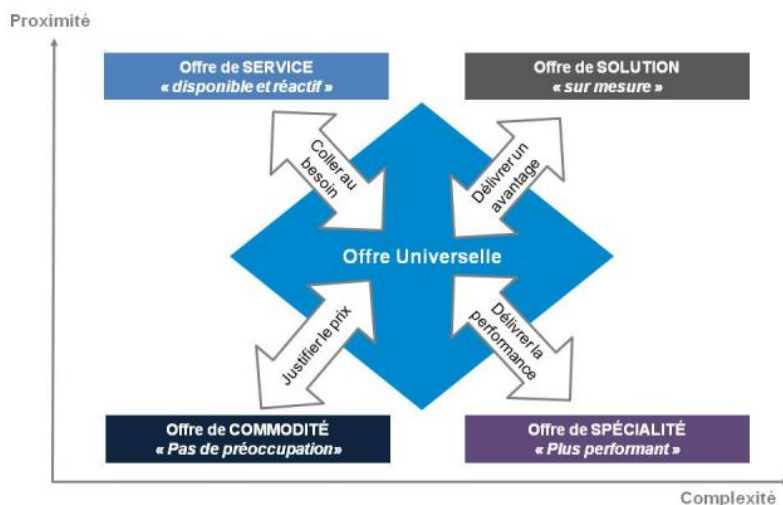
Dans un contexte concurrentiel exacerbé, les Business Models doivent être positionnés sur les deux dimensions structurantes : proximité client et complexité technique. La question n'est pas "d'en donner le plus possible" mais de délivrer une offre différente de celle des concurrents en rapport à la promesse marketing sur :

- le prix (Commodités)
- la performance (Spécialité)
- la disponibilité (Service)
- l'avantage donné (Solution)

Objectifs

- Adresser les opportunités de développement d'un nouveau Business
- Anticiper - ou répondre - aux prises de part de marché des opérateurs Low Cost
- Repositionner l'entreprise sur la conquête et la fidélisation des utilisateurs finaux
- Valoriser les offres et partager la valeur avec les intervenants clés de sa création

Les 4 Business Models Gagnants



Recommandations API

- Remettez en cause toute segmentation basée sur des volumes d'achat
- Soyez polarisé sur la satisfaction des besoins des utilisateurs et non des acheteurs
- Testez les niveaux de valeur ajoutée acceptables par segment
- Imaginez des scénarios catastrophes pour améliorer la réactivité de l'organisation

APIFRANCE

8, rue de Port-Mahon
75002 PARIS
Tél. : 01 53 30 33 30
Fax : 01 53 30 33 31
email : api@apifrance.fr
<http://www.apifrance.fr>
SAS au capital de 190 000 euros
RCS PARIS B 304 900 293 APE 741 G

Pour évaluer l'intérêt de cette méthodologie face aux problématiques de votre entreprise, n'hésitez pas à nous contacter :

Sylvie Duflos
01 53 30 33 30
sduflos@apifrance.fr