

**OFFRE
DE SERVICES**

CAS D'USAGE



Le cas Gaston & Co

Gaston & Co est une TPE qui réalise des prestations de conseil et maintenance informatique en BtoB. Elle perd des clients mais n'en comprend pas la cause et s'interroge sur les actions à engager.

Réponses

- Ecoutes qualitatives clients
- Diagnostic des dysfonctionnements
- Atelier de co-construction interne
- Formalisation et mise sous pilotage de deux processus majeurs dans la relation clients

Le cas Philomène

La société Philomène répare et reconditionne des climatisations pour des véhicules légers. Elle a tenté **d'approcher le marché des poids lourds** mais son opération marketing n'a généré aucune retombée. Elle s'interroge sur la pertinence de cet axe de développement.

Réponses

- Ecoutes qualitatives prospects
- Etude de marché
- Description de l'offre et du circuit de distribution cible
- Opération de lancement marketing : site web, plaquette, goodies, mailing





Le cas Ernesto

Ernesto fabrique et distribue des produits de nettoyage à destination des professionnels. Elle répartit ses activités sur deux sites : administratif pour l'un, productif pour l'autre. Elle constate que les équipes se plaignent d'un défaut de coopération à l'origine de **retards de livraison**.

Réponses

- Entretiens qualitatifs internes et focus groupe
- Cartographie du processus client existant et optimisation des points bloquants
- Déploiement d'un outil partagé de gestion de projet
- Management : charte et agenda des points de rencontres récurrents ; séminaire de cohésion

Le cas FTPE

FTPE est une fédération professionnelle qui s'interroge sur sa communication : doit-elle disposer d'une marque forte et d'une **stratégie de communication** identitaire ou doit-elle s'effacer au profit de ses adhérents ?

Réponses

- Audit de marque
- Rédaction de la stratégie de communication
- Création d'une nouvelle identité graphique
- Formation des équipes à l'élaboration du plan de communication
- Animation de la convention annuelle

