

BERTRAND JOUVENOT

.....

**DOPEZ VOTRE  
STRATÉGIE  
DIGITALE**

.....

*72 fiches pratiques*

# INTRODUCTION

## Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.  
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

# Le Growth Hacking



TEMPS • plusieurs mois  
 NOMBRE DE PERSONNES • 2 à 10  
 DIFFICULTÉ • ★★★★★

## Présentation

La notion de Growth Hacking, attribuée à Sean Ellis, a très vite dérivé vers celle de Growth Hacking Marketing, popularisée par Ryan Holiday. Toutefois, elle ne se limite pas au seul marketing, loin s'en faut.

Initialement, le Growth Hacking réunit l'ensemble des techniques accélérant de manière fulgurante la croissance d'une start-up. Hérité du monde du *hacking*, propre au numérique, le Growth Hacking est souvent technologique.

Sa raison d'être est qu'il est possible pour l'entreprise, dans le monde numérique, de trouver des raccourcis pour réaliser une très forte croissance. Ses techniques trouveront ainsi leur inspiration dans différents sous-ensembles d'Internet :

- le code ;
- les données ;
- le produit lui-même<sup>6</sup> ;
- le marketing ;
- les alliances.

Les stratégies de Growth Hacking privilégient un processus visant à mesurer cinq KPI de nature à l'engager dans une croissance accélérée et synthétisés dans le sigle AARRR : Acquisition, Activation, Rétention, Revenu et Referral (prescription).

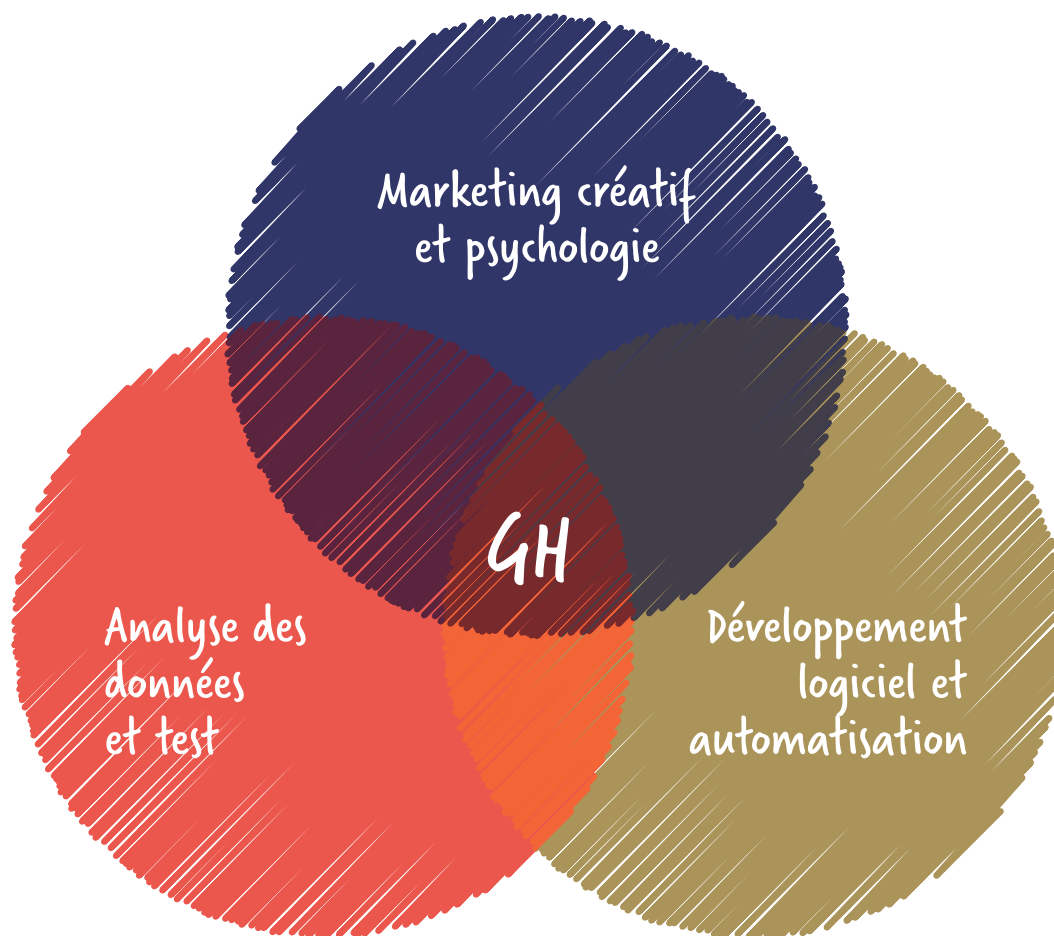


### POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec le Minimum Viable Product.

<sup>6</sup> Twitter, avec la fonctionnalité *suggested users list*, intégra la recherche d'une croissance accélérée au cœur même du produit et non à l'extérieur, aux moyens d'efforts marketing coûteux.

Teintée d'une coloration très marketing, elle doit néanmoins rester au plus près du cœur du produit.



## TROUVER DES LEVIERS DE CROISSANCE FULGURANTE

Source : d'après Sean Ellis, Morgan Brown, Hacking Growth, Crown Business, 2017.



## *Si la croissance a son talon d'Achille, encore faut-il deviner lequel de ses deux pieds doit être visé.*

### *Attention*

- ◆ Le Growth Hacking pourrait laisser croire, quand il est réussi, qu'il est la seule condition du succès, ce qui est loin d'être vrai.
- ◆ La méthode flirte parfois avec l'illégalité.
- ◆ Il arrive que cela choque certains collaborateurs de l'entreprise ou même ses clients potentiels.
- ◆ Sa surutilisation conduira peut-être les consommateurs à la décrypter pour mieux s'en défaire.

## Au sommaire

### ◇ Objectif

**ASSURER** une croissance hyper rapide de l'entreprise.

**COMBATTRE** un manque d'argent à consacrer au marketing.

**CAPITALISER** sur des leviers propres à Internet comme l'effet réseau.

### ◇ Contexte

Dans le même esprit que l'*uberisation*, l'approche du Growth Hacking peut intervenir avant même d'avoir trouvé l'idée du projet ou de l'entreprise à créer et orienter la recherche.

Elle doit a minima émerger au moment de l'élaboration du produit.

Elle intervient généralement en début de vie du produit (Hotmail<sup>7</sup>, Uber<sup>8</sup>, Airbnb<sup>9</sup>), mais peut être également utilisée plus tard dans le cycle de vie de l'entreprise (YouTube, Google, LinkedIn).

Après la livraison d'un MVP (► **FICHE 36**), au moment de rechercher le PMF (► **FICHE 37**).

7 Hotmail incluait une mention automatique dans le pied de chaque e-mail que vous envoyiez disant : « Message envoyé via Hotmail, inscrivez-vous ».

8 Uber, en insérant ses publicités disant « Réservez votre taxi dès maintenant en utilisant notre application » sur les pages d'inscription à des salons professionnels, a permis à ses chauffeurs de trouver des clients à la sortie de ces manifestations où il faut généralement attendre longtemps avant de trouver un taxi, après avoir fait une longue queue.

9 Airbnb, en invitant ses utilisateurs à poster automatiquement leurs annonces sur Craigslist.com, a considérablement augmenté la visibilité de sa marque et conquis ainsi beaucoup de nouveaux utilisateurs.

## Préparation et mise en œuvre

### ◇ Étapes

- 1 Intégrez au périmètre fonctionnel de votre produit des fonctionnalités de nature à favoriser l'acquisition d'utilisateurs, leur engagement, la monétisation, la rétention et les effets de viralité (► FICHE 47).
- 2 Associez et sensibilisez les développeurs à la démarche, qui leur est parfois étrangère.
- 3 Testez, expérimentez, essayez jusqu'à trouver le graal.

### ◇ Méthodologie et conseils

- Gardez à l'esprit qu'une stratégie de Growth Hacking repose quasiment toujours sur trois piliers : innovation, scalability<sup>10</sup> et connectivité.
- Ne bornez pas votre recherche au seul Growth Hacking Marketing.

#### OBSERVATIONS

- L'approche est séduisante.
- Elle a largement fait ses preuves.
- Elle s'avère incroyablement économique.

---

<sup>10</sup> Ibid p. 39.

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

[Commander ici](#)

---

[www.jouvenot.com](http://www.jouvenot.com)

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

**nin** [ design & arts graphiques ]

---

[WWW.NUNDESIGN.FR](http://WWW.NUNDESIGN.FR)

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)