

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

La Value Proposition Canvas



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

POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec le Minimum Viable Product, le Product Market Fit, le Business Model Canvas, le cycle d'adoption des technologies et le persona.

Présentation

La Value Proposition Canvas (canevas de proposition de valeur) comprend deux parties : le segment de clients auquel vous souhaitez apporter de la valeur (à droite) et la proposition de valeur elle-même, qui devra les attirer (à gauche).

L'originalité du modèle est sa symétrie, puisqu'il invite à envisager l'entreprise et le besoin du client selon la même grille de lecture. Avec la partie droite, vous clarifiez votre compréhension du client. Avec l'autre partie, vous explicitez comment vous comptez le satisfaire.

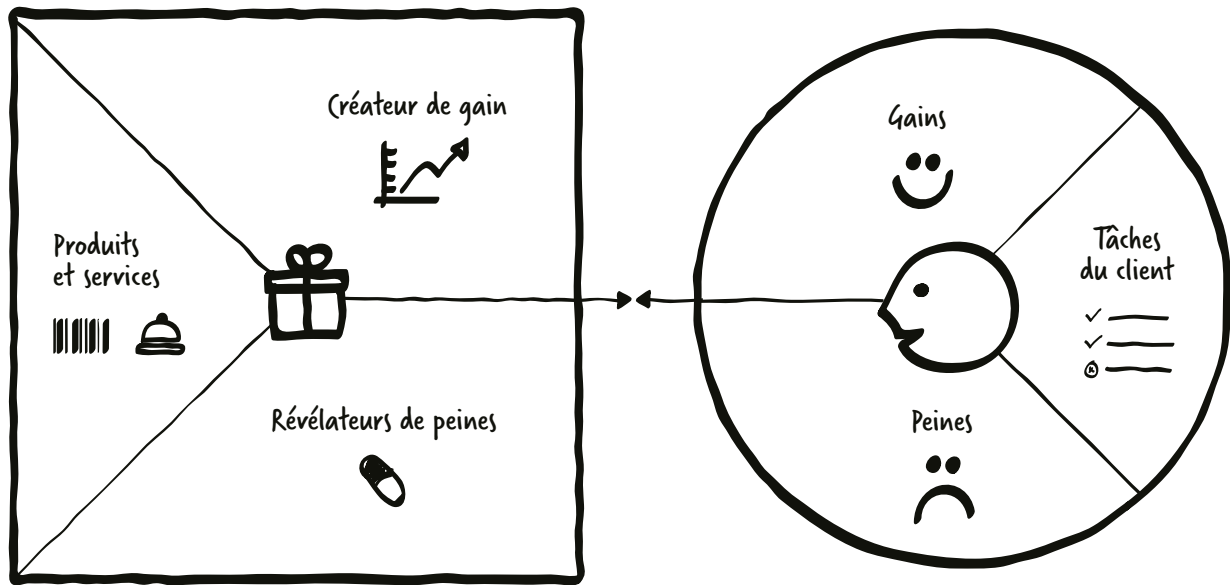
Des deux côtés, trois dimensions sont approfondies :

- ce que l'entreprise ou le client cherche à faire ;
- les difficultés rencontrées par l'entreprise ou le client pour y parvenir ;
- les bénéfices que tirerait l'entreprise ou le client de la solution proposée.

La Value Proposition Canvas est considérée comme achevée lorsque la correspondance entre ce que l'entreprise propose et ce que le client attend est complète.

Proposition de valeur

Segments de clients



FORMULER UNE PROPOSITION DE VALEUR

Source : Strategyzer



La réalité est comme un élastique attaché à votre ceinture. Plus vous vous en éloignez, plus elle se tend, pour finalement vous ramener brutalement à elle.

Attention

- ◆ N'excluez pas des besoins déjà satisfaits d'un client car une nouvelle manière de les satisfaire pourrait ouvrir un marché. Par exemple, avant que Google ne propose la géolocalisation sur les smartphones, les clients se disaient satisfaits des boîtiers GPS qu'ils ventousaient sur les pare-brise de leurs voitures.
- ◆ Posez-vous dès ce stade la question du chasm (► FICHE 35).

Au sommaire

◇ Objectif

IMAGINER une proposition de valeur associée à des besoins réels et non satisfaits.

AJUSTER au maximum la proposition de valeur aux besoins spécifiques du client.

ÉLIMINER les propositions de valeur qu'aucun modèle économique ne pourrait soutenir dans la durée.

◇ Contexte

La Value Proposition Canvas est utile en phase de recherche d'idées pour une nouvelle activité ou un nouveau service.

Elle permet de valider une piste de développement d'un nouveau produit lorsque l'entreprise cherche encore son MVP (► FICHE 36).

Lorsque l'entreprise a trouvé ce dernier et cherche son PMF (► FICHE 37), la fiche peut s'avérer précieuse.

Dans le cadre d'une transformation digitale, pour convaincre des décideurs de parier sur une idée.

Préparation et mise en œuvre

◇ Étapes

- 1 Identifiez ce que le client cherche à faire, les difficultés qu'il rencontre et les bénéfices qu'il tirerait à les surmonter.
- 2 Définissez la proposition de valeur idéale.
- 3 Imaginez le business model profitable à même de soutenir la proposition de valeur (▷ FICHE 32).

◇ Méthodologie et conseils

- Comprenez en profondeur les besoins du client visé. Un persona aura son utilité (▷ FICHE 40).
- N' imaginez pas de proposition de valeur tant que la réalité du problème client n'a pas été vérifiée.
- Prenez le temps d'étudier la cible de client en profondeur.

OBSERVATIONS

La Value Proposition Canvas écarte prématurément les fausses pistes.

Elle oblige l'entreprise à vérifier que sa proposition de valeur est soutenable économiquement.

Elle force les initiatives digitales naturellement tournées vers le produit à s'intéresser au client.

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

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nun [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)