

| Analyse d'opportunités |

Cibler les opportunités qui
vous permettront de vous démarquer

Ayez **5x** plus de chance de vous démarquer!*

Votre nouveau produit propose-t-il vraiment d'importants bénéfices pour vos cibles?



PROBLÉMATISER LA SITUATION



ÉCOUTER VOTRE MARCHÉ



STRATÉGIE DE PRODUIT BIEN ORIENTÉE

Afin d'orienter les efforts dans la bonne direction, nous ciblons les influenceurs, analysons votre chaîne de valeur, dégageons les facteurs qui peuvent créer une forte attraction et nous définissons l'avantage concurrentiel à adopter.

Nous laissons la parole à votre marché par des observations sur le terrain, des forums ouverts, des entretiens et/ou des sondages afin d'identifier des opportunités de création de valeur.

Identifier ce qui semble créer de la valeur et d'importants bénéfices auprès de vos cibles avant d'élaborer une approche de design.

| Les résultats |



Une stratégie de
différenciation de produit
et d'innovation



Une compréhension
des désirs, besoins et
comportements de
votre marché



Un positionnement clair
sur la compétition

CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE

| Bénéfices de l'analyse |

MAXIMISER LA VALEUR DES PRODUITS

Profiter du plein potentiel de l'investissement du développement de produit avec une bonne stratégie de différenciation et l'élaboration d'une proposition de valeur claire et évolutive dans le temps.

RÉDUIRE LES RISQUES D'ÉCHECS

Le développement de produits est une entreprise risquée et les écueils potentiels sont nombreux. Adopter les meilleures pratiques des entreprises les plus performantes en innovation et lancement de produits à succès ne peut que maximiser les chances de réussir le développement.

OPTIMISER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Offrir une expérience distinctive pour garder vos cibles engagées, c'est la clé du succès et de la croissance... dans la mesure où vos produits sont en mesure de remplir cette promesse!

CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE

| Analyse d'opportunités |

Ayez **5x** plus de chance de vous démarquer!*

Nos **techniques d'analyse d'opportunités** s'appuient sur des études démontrant leurs impacts sur la performance et le succès du lancement d'un nouveau produit.

*Cooper, 2011