

ÉTUDE DE CAS :

Stratégies

Concept To
SUCCESS

Booster sa croissance, *différemment*

Secteur : industrie

Le contexte

Notre client conçoit, fabrique et commercialise des **pièces électroniques et numériques** depuis une **trentaine d'années** et emploie une **vingtaine de collaborateurs**.

L'entreprise a **développé** une **technologie spécifique** dédiée au traitement de l'air.



Les enjeux

Lorsque nous rencontrons notre client, ce dernier a **déjà développé** cette **technologie** qui est **prête à être commercialisée**.

Il envisage un **déploiement** au travers de **revendeurs** mais **ne sait pas** comment **valoriser le produit** tant sur l'**offre commerciale** que le **positionnement**, la valorisation de l'**image de marque** et les **arguments commerciaux clés**.

Notre
intervention :

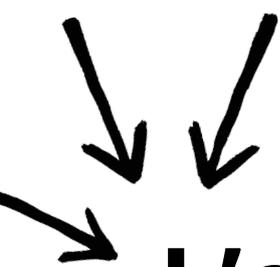
Le dirigeant nous missionne pour **concevoir la stratégie marketing** du nouveau produit.

Nous avons défini **7 politiques du mix-marketing** ainsi que la **stratégie tarifaire, l'image de marque, le positionnement** et les **arguments clés**.



Les résultats :

L'entreprise a pu **débuter** la **commercialisation** de sa nouvelle technologie de façon **efficace** et **structurée**.
Le **premier stock** a été **vendu** permettant ainsi d'**amorcer** une **nouvelle activité** au sein de l'entreprise.



L'expérience vous tente ?

[Parlons en](#)

Concept To **SUCCESS**

Booster sa croissance, *différemment*

www.concepttosuccess.com