



# Go to Market Smarter

Revenir à une stratégie de croissance rentable

3

Définir les **canaux de distribution** pour chaque segment ciblé et optimiser vos **investissements** dans leur développement

1

Segmenter le **marché adressable** et cibler des **segments de clients** en fonction de leur niveau de rentabilité, de risque et de la **concurrence**

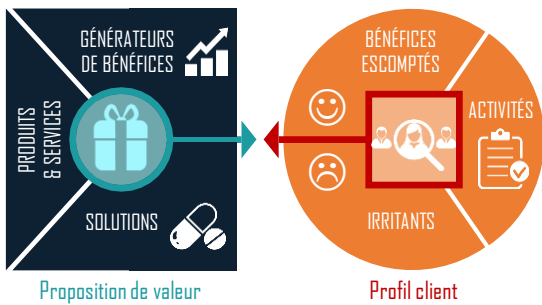
2

Adapter vos **propositions de valeur** aux besoins des différents segments ciblés

Jean-Luc Cervera, Associate Partner  
+33 (0)6 12 46 07 11  
jlcervera@palmer-consulting.com



## Méthodologie Palmer Consulting

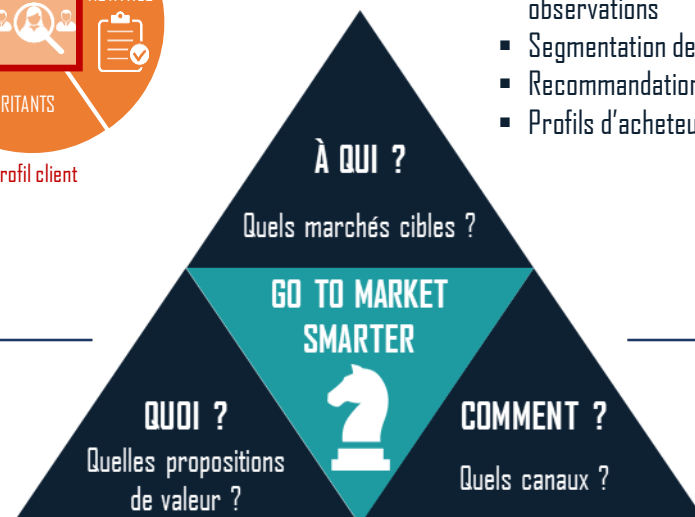


### 1. Etude de marché

- Recherche documentaire sur le marché, la concurrence, les distributeurs, les prescripteurs, les consommateurs et l'environnement
- Etudes terrain : focus groups, entretiens individuels et observations
- Segmentation de votre marché adressable
- Recommandations de ciblage de segments
- Profils d'acheteurs type

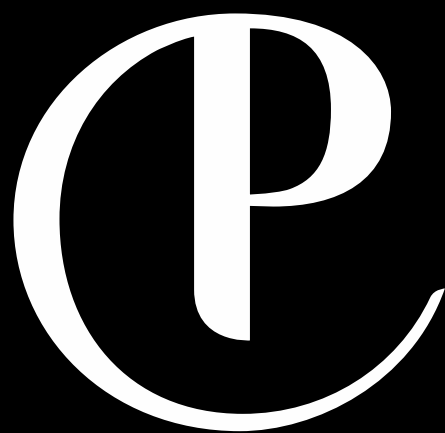
### 2. Propositions de valeur

- Tableaux d'analyse de la valeur
- Evaluation de la compatibilité entre les profils d'acheteurs types et les tableaux d'analyse de la valeur
- Recommandations d'améliorations en termes de ressources, compétences, processus et offres
- Plan d'optimisation de votre chaîne de valeur



### 3. Optimisation des canaux

- Analyse d'un panel de partenaires
- Plan d'optimisation de votre réseau de partenaires
- Analyse et recommandations d'optimisation du tunnel de conversion entre le premier contact avec le prospect et l'acte d'achat
- Plan d'investissement pour soutenir votre stratégie de croissance rentable



**PALMER**  
CONSULTING

**PARTENAIRE DE VOTRE TRANSFORMATION**

**360°**



+33 (0)1 42 93 94 63 ■ [contact@palmer-consulting.com](mailto:contact@palmer-consulting.com)  
37 rue des Mathurins 75008 Paris