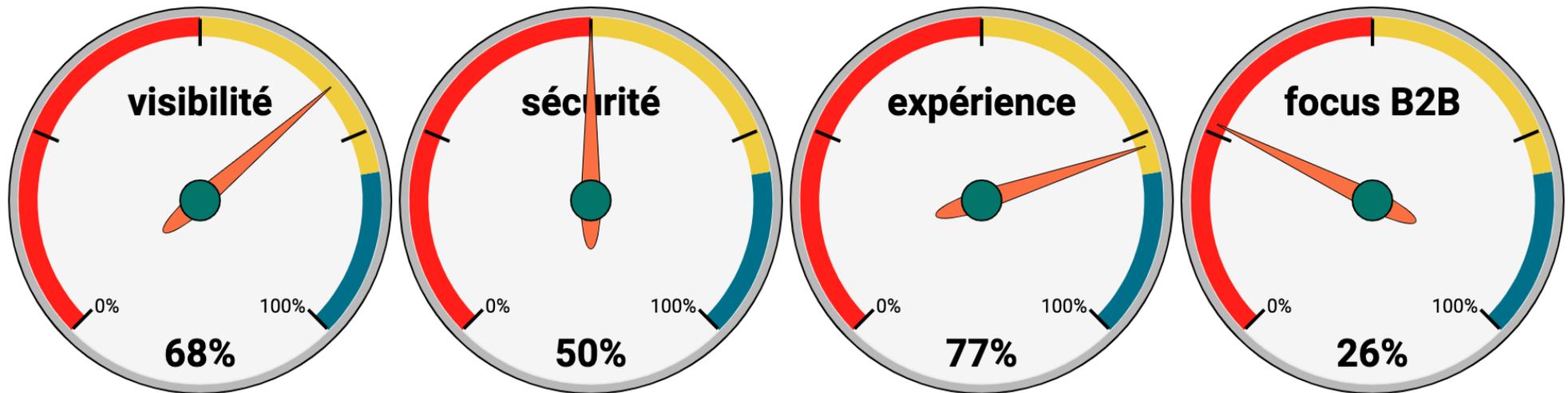


diagnostic
présence internet
exemple



des soucis de sécurité et de visibilité



compléments de diagnostic

- ▶ le site web n'est pas assez explicatif sur les technologies de l'entreprise et leurs possibilités
- ▶ le « look » du site laisse supposer que l'entreprise est spécialisée en technologies sur le déclin
- ▶ le site et le mail ne respectent pas les standards de sécurité (risque d'image, fortes pénalités chez Google)
- ▶ focus B2B trop faible par rapport au positionnement de l'entreprise

4 indicateurs de présence sur internet

- ▶ **visibilité** : est-il rapide de trouver, de s'informer sur votre entreprise et ses produits ou service sur Google ? Apparaissiez-vous plus ou moins que vos concurrents ?
- ▶ **sécurité** : votre site et vos mails sont-ils sûrs pour vos visiteurs ? votre site et votre mail sont-ils facilement piratables ?
- ▶ **expérience utilisateur** : la navigation sur votre site est-elle agréable pour votre visiteur ? vos informations sont-elles correctement lisibles ? commodés à trouver ? est-il aisé de vous contacter ?
- ▶ **focus B2B** : votre entreprise et ses produits ou services sont-ils visibles par les professionnels ?

principales sources consultées

source		date
...	...	juillet 2020

Ce diagnostic réalisé par innotelos SAS à partir de données publiques et gratuites est confidentiel.

Il est conforme aux Conditions Générales de Service de innotelos ([innotelos.com/cgs](https://www.innotelos.com/cgs)) notamment article 8 (responsabilité)

70 ans d'expérience à votre service

notre expérience

- ▶ stratégie et marketing
- ▶ management de projets complexes
- ▶ innovation, développement de produits nouveaux
- ▶ industrialisation
- ▶ industrie électrique

nos prestations

- ▶ accompagnement sur mesure
- ▶ formations
- ▶ jeux serious games
- ▶ présentiel ou à distance
- ▶ français ou anglais



nos spécialités

- ▶ agilité
- ▶ optimisation de la valeur, réduction de coûts
- ▶ relocalisation industrielle
- ▶ ventes complexes, Go To Market
- ▶ open innovation



2 passionnés d'agilité et d'innovation

Anne Munchenbach

Ingénieure, Anne Munchenbach a une expérience variée et internationale dans l'industrie électrique :
direction d'usine, direction de business unit, stratégie, gestion de marques, marketing, performance industrielle...

Anne a créé une entreprise de services à l'industrie.

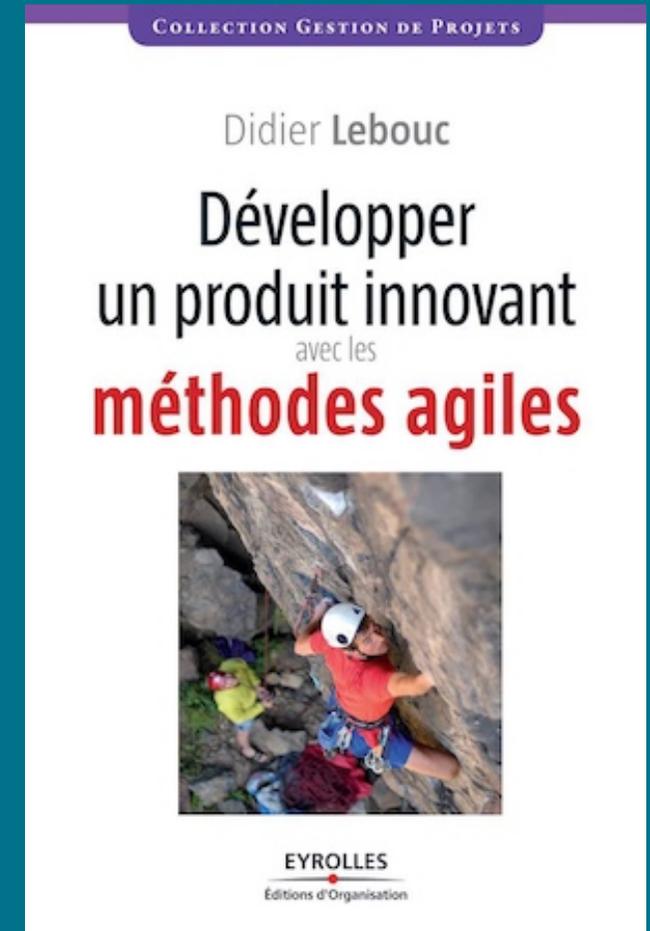
Elle a participé au lancement de 2 startups deeptech.

Didier Lebouc

Docteur-ingénieur en génie électrique, Didier Lebouc a développé, industrialisé et commercialisé de nombreux produits et logiciels innovants.

Didier est l'auteur du livre « développer un produit innovant avec les méthodes agiles » (Éditions Eyrolles).

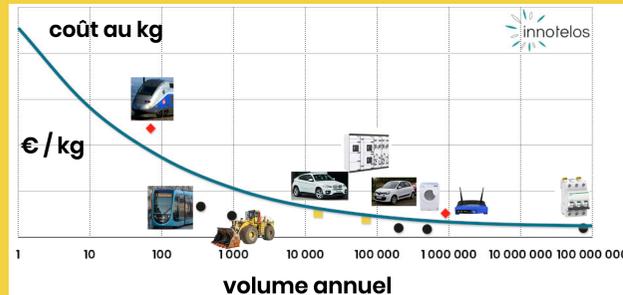
Il intervient à l'Université Grenoble Alpes depuis près de 20 ans.



outils et méthodes

benchmark de coût produit

- ▶ déterminer le potentiel de réduction de coût



canevas de relocalisation

- ▶ diagnostiquer les vulnérabilités
- ▶ prioriser les actions

canevas de relocalisation		
connaître flux physiques achats directs & indirects productions ventes et marges part de produits personnalisés part de produits spécifiques	connaître achats spécifique standard mono-source multi-sources	connaître coûts €/kg paires des coûts potentiel de réduction coûts de personnalisation
	connaître productions manuelles - automatiques taux d'utilisation opérations longues personnalisations	connaître capitaux engagés en-cours, stocks et investissements en mois de CA
 rapprocher achats - productions - ventes	chasser les en-cours diminuer les "temps de traversée"	retarder la différenciation la rapprocher des ventes différenciation "Lego" différenciation soft
favoriser les ventes de produits catalogués plutôt que personnalisés ou spécifiques	ajuster les stocks volume localisation	définir et employer un standard de conception et de production
dé-banaliser les produits cataloguer les best-sellers	mono-source → multi-sources spécifique → standard	pas de relocalisation sans chasse aux surcoûts mutualisation

document diffusé selon licence Creative Commons CC BY-SA 4.0 (Attribution - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International) voir <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/fr/>

innotelos.fr/relocalisation

Go To Market Canvas

modèle vitavalue

- ▶ modéliser et représenter les chaînes de valeur et les ventes complexes
- ▶ définir les priorités stratégiques, commerciales et marketing

Go To Market Canvas			
pouvoir de dire oui ✓	pouvoir de prescrire ✓	pouvoir d'influence + 😊	sans-pouvoir 😞
pouvoir de dire non ✗	pouvoir de dé-prescrire ✗	pouvoir d'influence - 😞	
adresser les incontournables 🎯	comprendre aux négatifs 🚫	rechercher partenaires & intermédiaires ↔	
prescrire et influencer + 📄😊	multiplier les canaux 📡		
déverrouiller 🚫✗	être aimable avec sans-pouvoir 😞		

document diffusé selon licence Creative Commons CC BY-SA 4.0 (Attribution - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International) voir <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/fr/>

innotelos | vitamines pour l'innovation



Anne Munchenbach

06 08 28 95 48

+33 608 289 548

anne@innotelos.com



innotelos.com/diagnostic



Didier Lebouc

06 60 56 82 60

+33 660 568 260

didier@innotelos.com

innotelos – 16 rue Boucher de Perthes, 38000 Grenoble – France