



IMPACT COVID : REPOSITIONNER L'ACTIVITE de votre TPE / PME

Vincent KUBLER, Sylvie ROUILLON-VALDIGUIE, Anne SOUËTRE

Journée du Conseil – 11 juin 2020

IMPACT COVID : REPOSITIONNER L'ACTIVITE de votre TPE / PME

INTERVENANTS



Vincent KUBLER – Conseil Marketing et Communication
Spécialisation : Marketing externalisé pour les TPE et PME
vincent@vkconsulting.fr / 06.81.60.90.45



Sylvie ROUILLON-VALDIGUIE – Conseil Marketing
Spécialisation : Entreprises ESS
www.valdiguie.fr
srouillonconseil31@gmail.com / 06.03.90.14.82



Anne SOUËTRE – Etudes de marché et intelligence
économique
Spécialisation secteur santé et medtech
anne.souetre@expleo.online / 06.51.82.98.14

IMPACT COVID : REPOSITIONNER L'ACTIVITE de votre TPE - PME

La **crise** que nous traversons n'est pas uniquement sanitaire.

Elle a des **implications** et **conséquences** sociales fortes tant sur les personnes que sur les organisations, qu'elles mettent à rude épreuve.

Votre TPE-PME a nécessairement été **impacté** par la crise du COVID 19, même si les situations diffèrent selon les secteurs d'activités.

La situation nécessite de **s'adapter**, d'**évoluer** pour saisir les **opportunités** qui se dégagent.

C'est pourquoi nous souhaitons vous aider à **vous projeter** sur l'avenir et **réviser votre positionnement stratégique** pour maintenir et améliorer votre compétitivité en cette période de rupture.

IMPACT COVID : REPOSITIONNER L'ACTIVITE de votre TPE - PME

OUTIL PRATIQUE pour se repositionner

Il contient :

- **Un schéma** présentant les différentes étapes pour repenser votre marketing stratégique et amorcer l'opérationnel
- **3 exemples** d'entreprises-type pour se projeter

IMPACT COVID : REPOSITIONNER L'ACTIVITE

ENVIRONNEMENT EXTERNE

QUEL IMPACT DE
L'**ENVIRONNEMENT**
SUR LES ACTIVITES ET
LA STRCUTURE DE
L'ENTREPRISE

Politique
Economique
Sociologique
Technologique
Environnemental
Légal

Quelle échelle : ponctuel / durable, local / universel ?
Quelles actions : veille, investissements, etc. ?

QUELLES CONSEQUENCES SUR L'ENVIRONNEMENT DIRECT DE
L'ACTIVITE DE MON ENTREPRISE ?

Besoins clients
Comportements clients
Marchés , Etc.

QUELLES MENACES ?

QUELLES OPPORTUNITES ?

SWOT

ENVIRONNEMENT INTERNE

QUELLES FORCES ?

QUELLES FAIBLESSES ?

A L'ECHELLE du projet de l'ENTREPRISE

IMPACT SUR :

**VISION
MISSION
VALEURS**

IMPACT SUR :
BUSINESS MODEL

Proposition de
valeur
Formule de profit
Ressources clefs
Processus clefs

IMPACT SUR : **4 P**

Produit
Prix
Promotion
Place (distribution)

OU

IMPACT SUR : **4 C**

Client
Cout
Commodité
Communication

DIAGNOSTIC

DIAGNOSTIC INTERNE / EXTERNE

STRATEGIE MARKETING

ETUDE CONCURRENTIELLE (BENCHMARK)

SWOT

SEGMENTATION / CIBLAGE

IMPACT SUR LE POSITIONNEMENT

ALIGNEMENT
STRATEGIQUE /
DAS

NOUVEAUX
OBJECTIFS

MARKETING OPERATIONNEL

IMPACT SUR LES MOYENS D'EXPRESSION DU
POSITIONNEMENT

MIX MARKETING

IDENTITE ET
MARQUES

MARKETING
RELATIONNEL

PROCESS
SERVUCION

OBJECTIFS MARKETING

TUNNELS DE VENTE / PLANNING

INTRODUCTION AUX EXEMPLES

Environnement externe

- **Politique** : Fermeture des frontières, aides engagées, mesures administratives , distanciation, confinement avec des conséquences différenciées selon les secteurs d'activités
- **Economique** : Augmentation des prix du transport, report des décisions stratégiques au sein des entreprises, PNB en forte baisse , récession ou risque de récession, vulnérabilité des chaînes mondiales d'approvisionnement (protectionnisme à venir ?)
- **Sociologique Ecologique / Ethique** : Responsabilité sociale et conscience de son environnement proche, retour des valeurs sociales du « merci », cohésion et évolution forte de la philanthropie « individualisée »
- **Legal** : Règlementation hygiène , obligation masques, distances entre clients, conditions sanitaires, protocoles sanitaires pour les activités.



ÉDITEUR DE LOGICIEL HOSPITALIER

Impact environnement direct

Adaptation de la solution pour intégrer des alertes Covid dans les systèmes hospitaliers

Paramétrage et encodage des nouvelles nomenclatures (tests développés pour le Covid)

Gestion du personnel dispatché (notamment à l'étranger, rapatriement compliqué)

Report de tous les événements et activités de prospection et de phases pilotes

SWOT

Forces :
réactivité et solidité de la solution

Faiblesses :
manque de personnel

Opportunités :
collaboration avec les autorités de santé publique

Menaces :
concurrence des éditeurs de logiciels de gestion hospitalière

Impact sur le positionnement

En adaptant leur offre au contexte de santé publique, cette société a pu envisager tout une nouvelle activité de coordination et de centralisation, qui lui ouvre de nouveaux marchés

Impact Business Model

Proposition de valeur :
Une solution souple et solide, aux mains des utilisateurs, permettant d'assurer un suivi exhaustif de certaines pathologies en milieu hospitalier, sur un territoire donné

4P

Prix :
peu d'évolution, effet de volume

Promotion / Relation Client: nouveaux services d'intégration de nomenclature

Distribution :
nouveau canal, via la santé publique

Produit : nouvelle offre de centralisation

HOTEL

Impact environnement direct

- . **Fermeture** par arrêt administratif
- . **Investissements** et adaptations liés au besoin de distanciation
- . Lieux publics évités
- . **Aides**
- . **Difficulté de management** des équipes, **licenciements**, saisonniers non disponibles
- . **Diminution de l'offre culturelle** moyen

- . 24% de taux d'occupation
- . 60% de CA
- . 54% des hôtels réouverts à ce jour"

SWOT

Forces :
souplesse, lieu d'évasion du quotidien

Faiblesses :
saisonnalité

Opportunités :
Tourisme recentré sur le territoire national, forte demande l'été, aides à l'investissement

Menaces :
fermeture administrative si "cluster"

Impact sur le positionnement

Lieu d'accueil pour retrouver la **liberté** en toute **sécurité**.

Expérience premium et **sur-mesure** dans les services pour le particulier et le **professionnel**

Impact Business Model

Proposition de valeur :

- . Une exigence **label qualité** hygiène sanitaire . Une **expérience** d'évasion et de bien-être grâce au sur-mesure et à l'espace proposé
- . L'humain et hospitalité (malgré les masques)

Formule de profit :

- . Maximum de CA sur une période très courte estivale
- . Prise en compte des coûts du label

4P

Produit :
. Développer l'offre de services.
. Répondre aux demandes spécifiques (ne pas refaire le ménage par exemple)

Promotion/Relation client :

- . Relations Presse et référencement pour toucher la cible française
- . Evènements locaux
- . Fidélisation

Prix :

- . Montée en gamme naturelle
- . Adaptation à une forte demande probable cet été

SERVICE A LA PERSONNE

Impact environnement direct

Manque de masques et matériel pour travailler

Investissements liés aux besoins de distanciation

difficultés par rapports aux familles qui ne respectent pas toujours les critères sanitaires

Aides

Difficultés / management des équipes
Reconnaissance de la grande fragilité des personnes à domicile et modification de la loi grand âge
autonomie pour une diversification de l'offre d'accompagnement.

SWOT

Forces :
proximité et conscience professionnelle

Faiblesses : difficulté avec le recrutement et la fidélisation du personnel

Opportunités : des besoins nouveaux car plus de solitude

Menaces : difficulté supplémentaire d'avoir du personnel qui s'engage

Impact sur le positionnement

Essayer de faire reconnaître le secteur et valoriser la profession ; ils ont pris de gros risques et personne ne le sait.

Reconnaissance forte des clients (avoir continué à être en présence malgré la situation)

Impact Business Model

Proposition de valeur :

Proximité et priorité au confort des personnes aidées
"nous avons le souci de votre bien être et de votre santé"

Ressources : difficile de répercuter le prix, donc besoin de reconnaissance des pouvoirs publics ?

4P

Promotion / Relation client :
faire savoir les engagements

Prix : essayer de répercuter à la marge le prix du matériel

Produit
trouver des services complémentaires ou assurances (quoiqu'il arrive on vient)