

FORMATION
« STRATEGIE INBOUND MARKETING POUR TPE / PME »
SEQUENCE 1- ÉTAPE 6



ÉTAPE 6 - FICHE METHODOLOGIQUE

Terre/Ciel !

Je teste ma cohérence avec une marelle

Objectif de la séquence :

Vérifier que la matrice globale que vous avez créée soit cohérente ; en particulier l'articulation entre raison d'être et offre de produits/services. La méthode ? une simple marelle qui vous emmène de la terre au ciel !

LA RAISON D'ÊTRE DE MON ORGANISATION

= sa contribution sociétale,
ce qu'elle aimerait apporter
au collectif.

SA MISSION

= ce que propose mon «organisation» pour
servir cette mission.

Une phrase synthétique + l'énoncé des grandes lignes de produits

Ligne de produit n°1

Ligne de produit n°2

Ligne de produit n°3

Ligne de produit n°4

MODE D'EMPLOI

Tout en haut, au niveau du ciel, votre raison d'être. C'est-à-dire : ce pour quoi votre entreprise ou votre organisation existe ou le rôle que vous aimeriez lui voir jouer dans la cité. (Cela peut être un rôle exclusivement économique : pas de honte à cela !). Attention c'est une véritable colonne vertébrale ; c'est autour de cette raison d'être que tout le reste va venir s'organiser (y compris souvent la promesse de l'entreprise).

Un exemple : La vocation de mon organisation est de faciliter l'employabilité et la création d'entreprise.

En jaune, la mission de votre organisation, c'est-à-dire ce qu'elle propose pour accomplir sa raison d'être.

Un exemple : Mon organisation propose des formations en micro-learning pour permettre des montées en compétences ciblées, peu onéreuses et rapides.

Et enfin les différentes petites cases concernent **la ligne de produit** que vous venez de réaliser, c'est-à-dire ce que vous « vendez » dans les faits.

Un exemple :

Ligne de produit n°1 : Formations en communication digitale

Ligne de produit n°2 : Formations liées à la création d'entreprise

Ligne de produit n°3 : Formations IT

Ligne de produit n°4 : Formations en communication d'influence

Si votre structure est bonne vous aurez la base de votre storytelling ! Chaque élément se répondra dans un parfait écho.

Un exemple complet :

- La vocation de mon organisation est de faciliter l'employabilité et la création d'entreprise. (Raison d'être)
- Elle propose des formations en micro-learning pour permettre des montées en compétences ciblées, peu onéreuses et rapides. (Mission)
- Son travail s'articule autour de 4 axes :
 - Les formations en communication digitale
 - Les formations liées à la création d'entreprise
 - Les formations IT
 - Les formations en communication d'influence (ligne de services)

(Et selon votre interlocuteur vous insisterez sur l'une ou l'autre des lignes de produits/services).

Si vous entendez une dissonance c'est qu'il y a encore du travail à faire pour apporter de la lisibilité à votre offre de services ! Suivez l'exemple ;)

A vous de Jouer !

RAISON D'ÊTRE

MISSION

LIGNE 1

LIGNE 2

LIGNE 3

LIGNE 4

