

# ATHENE VENTURES PARTNERS

## ÉTUDE B2B DE TAILLE DE MARCHÉ ET POSITIONNEMENT

PAYS: DE, US



### Contexte & Besoins

- **Contexte** : Une société d'investissement allemande souhaitait élargir son offre de service à de nouveaux segments de marché
- **Question** : Quelle est le paysage du marché existant?
- **Objectifs** : Analyser le marché existant pour identifier les besoins des prospects et définir les spécificités des services afin d'enrichir stratégiquement la gamme d'offres

### Solutions

- Comprendre la taille de son public potentiel
- Mesurer le potentiel de l'offre proposée par le client et la perception qu'en ont les clients potentiels
- Proposer une analyse de données transnationales (DE vs USA) pour identifier le marché le plus profitable.

### Résultats

- Identification précise des segments cibles
- Classement des segments par ordre de priorité commerciale
- Identification des lacunes du marché et des besoins non satisfaits
- Proposition d'offres mieux adaptées et répondant aux exigences des marchés dans chaque pays



### Contexte & Besoins

- **Contexte** : Hedios cherche à évaluer la satisfaction de ses clients, identifier les facteurs influençant la fidélité et l'acquisition de nouveaux clients, ainsi que comprendre les raisons du churn.
- **Question** : Comment l'entreprise peut-elle améliorer la satisfaction générale de ses clients, et fidéliser sa base client ?
- **Objectifs** : Identifier les facteurs qui influencent la fidélité des clients. Identifier les raisons pour lesquelles certains de leurs clients ne renouvellent pas leur investissement (churn).

### Solutions

- Mener 20 entretiens qualitatifs: 2 entretiens avec des clients confirmés, 4 entretiens avec des clients potentiels / prospects et 14 entretiens avec des clients qui ne renouvellent pas leur investissements.
- Réaliser une analyse croisée des comptes rendus des entretiens pour identifier les points d'attentions et les comportements de leurs clients.
- Retracer le processus qui conduit au non-renouvellement de leur investissement.

### Résultats

- Identification des raisons derrière le non-renouvellement des investissements
- Mise en exergue des éléments différenciants du point de vue du client par rapport aux concurrents.
- Définition de la stratégie commerciale à adopter afin de fidéliser ses clients ainsi que les améliorations à apporter aux services proposés.
- Détermination des modifications nécessaires à effectuer afin d'acquérir de nouveaux clients

