

P comme ... Proposition de Valeur

La Proposition de Valeur d'une entreprise est l'ensemble des solutions qu'elle propose en vue de résoudre le ou les problèmes qu'elle a identifiés chez ses clients.

Il s'agit donc d'une réponse adaptée à des besoins, ce qui est en principe la meilleure façon de procéder. En effet, apporter une réponse à une question est généralement plus porteur qu'inventer un produit ou un service ex-nihilo et tenter de convaincre la population qu'il est le meilleur ...

La Proposition de Valeur pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

Concrètement, pour l'entreprise, la Proposition de Valeur est la façon dont le produit ou le service qu'elle a développé va résoudre un problème qui a été identifié chez ses clients.

C'est donc une conséquence d'une réflexion et d'une analyse menées chez ses clients plus qu'une idée posée a priori et qui doit ensuite être justifiée.

On comprend alors tout l'intérêt de cette Proposition de Valeur car elle est en principe assurée de rencontrer un écho positif, pour peu qu'elle corresponde vraiment à un besoin et que ce qu'elle propose soit perçu positivement de la part des clients.

Cas pratique

La Proposition de Valeur est une façon de traiter la relation qu'une entreprise a avec ses clients. Elle s'inscrit donc dans une démarche d'échange avec ses clients (ou clients potentiels).

La première chose à faire est d'identifier le segment de clientèle que vous voulez adresser. Il ne s'agit pas de le choisir au hasard mais plutôt dans un secteur que vous maîtrisez un minimum et qui est géographiquement accessible. Ce dernier point est d'ailleurs important si vous êtes une petite entreprise car vous n'avez sans doute pas les moyens de partir tous les jours aux Etats-Unis pour étudier la vie des étudiants sur les campus américains.

ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Une fois que vous avez trouvé à qui vous allez vous intéresser, il faut aller rencontrer vos clients et échanger avec eux sur certains aspects de leur mode de vie et les problèmes qu'ils rencontrent lorsqu'ils exécutent les tâches correspondantes.

Par exemple, si vous connaissez bien le monde universitaire et que vous allez interviewer des étudiants sur la façon dont ils vivent et gèrent la recherche de chambre en début d'année universitaire, vous allez récolter un grand nombre d'informations pratiques sur les problèmes auxquels ils font face.

Vient ensuite le temps de l'analyse où vous allez devoir relier les différentes expériences recueillies, en tirer les éléments caractéristiques et donc, au final, établir la liste des problèmes rencontrés.

La Proposition de Valeur va donc pouvoir se construire en proposant des solutions concrètes à ces problèmes. Dans le cas présent, ce pourra être une plate-forme d'échange de chambres ou un site mettant en relation des propriétaires avec des étudiants. La seule chose dont vous devez vous assurer est que votre Proposition de Valeur résout effectivement les problèmes auxquels vos clients potentiels sont confrontés.

La dernière étape consiste à soumettre à ces mêmes étudiants votre Proposition de Valeur et votre solution et regarder dans quelle mesure elle leur convient car au final, ce sont eux qui vont y adhérer ou non. Vous devrez donc faire preuve d'une grande humilité face à leurs réponses et, éventuellement, revoir votre copie si les réponses que vous avez apportées ne conviennent pas !

Alors, comment bien gérer sa Proposition de Valeur ?

On l'a vu, la Proposition de Valeur n'intervient que comme la réponse à des problèmes identifiés chez vos clients potentiels. Il s'agit donc de commencer par le commencement, à savoir identifier les problèmes !

Ensuite, il ne faut jamais oublier qu'il s'agit d'un processus itératif en ce sens où la première version de votre Proposition de Valeur a peu de chances de correspondre vraiment aux attentes de vos clients. Vous devrez donc l'améliorer souvent pour répondre au mieux aux problèmes et besoins de vos clients.