



→ CONTEXTE & OBJECTIFS

PENBASE est un éditeur de solutions de mobilité. Son produit phare, DALYO, est une plateforme permettant aux utilisateurs de réaliser, déployer et administrer eux-mêmes leurs applications mobiles personnalisées et synchronisées sur tous types de supports mobiles communicants.

PENBASE a la possibilité d'intervenir sur 2 marchés différents (particuliers et entreprises), vastes, très concurrentiels et en perpétuelle évolution. Les deux principaux problèmes auxquels l'entreprise est aujourd'hui confrontée sont :

- Comment se différencier de la concurrence ?
- Comment pénétrer le marché efficacement en réduisant ses efforts ?

PENBASE a commandé à MCP Marketing une étude de marché dans l'objectif de traiter ces 2 problématiques : le positionnement et la stratégie d'entrée sur le marché.

→ SPÉCIFICITÉS DE LA MISSION & SOLUTIONS ADOPTÉES.

Cette étude intègre deux volets très différents :

- Un premier volet « traditionnel » qui reprend les éléments de méthode classiquement utilisés pour mener une étude marketing.
- Un deuxième volet « original » centré sur de la recherche de nouvelles application mobiles utiles.

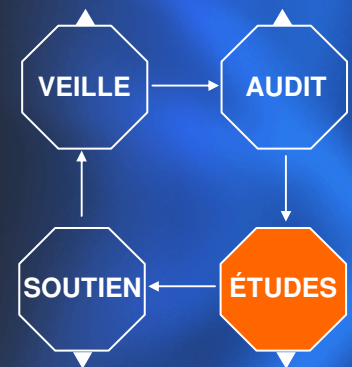
MCP Marketing a dû s'adapter et sortir des chemins balisés pour consacrer du temps à rechercher les innovations de services auxquelles pouvait s'appliquer la technologie mobile innovante mise au point par PENBASE.

Sortir d'une démarche informatique centrée, pour se recentrer sur l'utilisateur final et trouver de nouvelles applications mobiles et utiles, tel était le cahier des charges.

De ce cahier des charges devait sortir un positionnement original, différenciant réellement PENBASE de ses concurrents et montrant toute la valeur de ses solutions pour les utilisateurs.

Nombre de missions pour ce client : 1
Durée de la mission : 3 mois

- Concurrentielle
Technologique
Réglementaire
- Étude Flash
 Besoins
 Produits



- Rédaction BP
Pilotage opérations
Rédaction supports
Coaching / Formation
- Marché
 Positionnement
 Concurrence
 Business Model



→ DÉMARCHE & RÉSULTATS

MCP Marketing a mené cette mission en la découpant en 6 étapes :

ÉTAPE 1 : ÉTUDE DES MARCHÉS ENTREPRISES ET PARTICULIERS.

- Définition distincte des périmètres des 2 marchés étudiés.
- Segmentation de chacun des marchés.
- Dimensionnement et quantification (en volume) des segments.

ÉTAPE 2 : ANALYSE DE LA CONCURRENCE DIRECTE ET INDIRECTE.

- Identification de la concurrence.
- Analyse des stratégies adoptées sur le marché.
- Réalisation de la carte de l'environnement concurrentiel.

ÉTAPE 3 : DÉFINITION DES AVANTAGES CONCURRENTIELS.

- Réalisation de la chaîne de valeur du secteur.
- Identification des facteurs clé de succès.
- Définition des avantages concurrentiels.

ÉTAPE 4 : RÉALISATION DE LA MATRICE S.W.O.T.

ÉTAPE 5 : RECHERCHE DU POSITIONNEMENT.

- Choix des cibles pour chaque marché étudié.
- Réalisation du réseau de valeur.
- Identification des acteurs créateurs de valeur.
- Recherche de nouveaux services mobiles en devenir.
- Définition du positionnement de PENBASE.

ÉTAPE 6 : RECOMMANDATIONS.

Suite à l'étude menée...

PENBASE dispose d'une étude complète et détaillée des deux grands marchés sur lesquelles sa technologie pourrait amener des nouveaux services mobiles à forte valeur ajoutée.

La mise en avant de ces nouveaux services mobiles associés à sa plateforme innovante créé un positionnement original différenciant réellement PENBASE de ses concurrents.

PENBASE peut réaliser facilement son plan d'actions pour passer rapidement dans la phase opérationnelle de mise sur le marché.

