Ma proposition de valeur et ma stratégie de distribution

\* L’offre / ma proposition de valeur : la raison pour laquelle mes clients se tournent vers mon entreprise

* Quelle valeur mon entreprise fournit-elle au client ?



* Quel groupement de produits ou services j’offre à chacun de mes segments de clients ?
* A quels besoins je réponds ?
* Qu’est-ce qui me différencie de mes concurrents?

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

L’exemple de Nejma – sa proposition de valeur :

*Les vendeurs d'habits traditionnels visant la même clientèle proposent des coupes classiques, de couleur plutôt sombre. A travers la ligne de vêtements que je vais commercialser, je souhaite redonner de la confiance aux femmes rondes, leur apprendre à s'assumer ou les conforter dans cette voie. Il faut donc que mes habits, comme ma communication et mon slogan, les mette en valeur. C'est pour cela que j'ai choisi mon slogan "Grande taille, grand coeur".*

**\* Canaux de distribution :** les moyens par lesquels mon entreprise communique et va atteindre chaque segment de clientèle pour lui délivrer de la valeur

* Par quel canal j’interagis avec mes segments de clients ?
* Comment mes canaux de distribution sont-ils intégrés à mon business modèle ?
* Lequel fonctionne le mieux ?
* Lequel est le plus rentable ?

Il s'agit ici de définir quels canaux de distribution seront utilisés pour implanter les produits et quel merchandising sera mis en place sur les points de vente pour commercialiser la gamme de produits : vente par internet, points de vente ambulants, boutique, zones de chalandise, lieux de stockage, entrepôts, moyens de transport....En un mot: où et comment vos clients trouveront-ils vos produits et services?

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………………

L’exemple de Nejma – ses canaux de distribution :

*“Les articles en provenance de Q (Fournisseurs F et G principalement) seront acheminés à mon domicile par les fournisseurs dans un délai de xx jours. Le paiement se fera à la livraison. Les articles seront ensuite stockés en hauteur (dans le même garage où sera parqué mon camion) sur des étagères prévues à cet effet. Les vêtements seront vendus dans leur emballage d'origine sur mon stand de 10 m de long avec cabine d'essayage, sur les marchés A le mardi, B le jeudi, C le vendredi, D le samedi et E le dimanche, de 7h30 à 13h.”*