

Autres questions à se poser sur l'analyse compétitive

- Ces questions viennent compléter le travail de la matrice en affinant votre approche concurrentielle.
- Existe-t-il un ou des concurrents ayant déjà travaillé chez le client ?
- Comment le client les perçoit-il ?
- Quels seront les avantages uniques que va probablement proposer chaque concurrent ?
- Quels risques et engagements chaque concurrent est-il prêt à concéder ?
- Pensez-vous que l'appel d'offres soit « pipé » (orienté à l'avantage d'une entreprise) ? Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?
- Pourquoi avez-vous *gagné* contre tel concurrent auparavant ?
- Pourquoi avez-vous *perdu* contre tel concurrent auparavant ?
- Si vous étiez l'un des concurrents, que feriez-vous pour gagner ?

L'ESSENTIEL SUR « L'ANALYSE COMPÉTITIVE »

- Identifiez les attentes de vos prospects en les hiérarchisant.
- Positionnez-vous par rapport à vos concurrents.
- Communiquez principalement sur vos points fortement distinctifs.
- Mettez en œuvre les actions stratégiques qui permettront de faire la différence.