



PIMENTEZ VOTRE BUSINESS

TASTYMARCOM

TASTY-VALOFFER
VALORISER
VOS PRODUITS ET SERVICES



© stanislav rishtnyak

CONSEIL EN MIX-STRATEGIE

Ne pas offrir à vos clients une image concrète forte des avantages de l'utilisation des produits ou services de votre entreprise peut vous conduire à mettre en danger votre business. TASTY-VALOFFER aide à valoriser vos produits et services en misant sur l'innovation, la qualité, le repositionnement et le rendement élevé au-delà du prix payé par vos clients pour ces mêmes produits.

NOS BENEFICES APPORTES

- Transcription du discours technique en avantage marketing
- Longue expérience en gestion produits de haute technicité
- Sollicitation de vos clients et de vos vendeurs pour prendre les bonnes décisions

DEMARCHE

- Déterminer les produits et services à valoriser ou à créer (packages compris)
- Faire une étude de marché pour vérifier si et comment vos produits répondent à un besoin
- Créer une stratégie produit et un plan d'action
- Réunir les personnes-clés en interne et/ou en externe pour avoir leur contribution et leur accord sur les mesures à prendre

LIVRABLES

- Rapport d'étude comportant des données chiffrées et qualitatives interne, marchés, partenaires, clients, concurrents, institutions, etc.
- Présentation incluant les idées fortes, les analyses et préconisations dans le but de remanier et créer les outils de vente propres à adresser les marchés étudiés et sélectionnés

TARIF

À partir de 1 100,00€ H.T.
par jour.



**Intéressés par une offre
TASTYMARCOM ?**

Contact : +33 (0)1 41 38 07 27
Contact@tastymarcom.com

CITATION

« L'identité d'un produit est issue de la convergence de deux vérités. La vérité objective et la vérité subjective. La vérité objective recouvre les caractéristiques techniques du produit, ses performances. La vérité subjective, elle, rassemble tout le reste : la marque du fabricant et son image, le nom du produit et sa rémanence, l'emballage du produit et ses connotations, le prix d'achat et sa valeur psychologique, etc. Aujourd'hui, dans le foisonnement des produits nouveaux, peu d'entre eux méritent vraiment ce qualificatif. Les vrais nouveaux produits deviennent exceptionnels. »

Jan Van Aal



© Alex Slobodkin