

méthode

**Quelle stratégie pour**

**quelle situation ?**

Approche théorique de  
stratégies marketing

**Thibault Mouglin**  
Marketing pour PME B2B



Le marketing demande  
souvent de l'adaptabilité  
et de l'itération.

Il y a rarement de  
réponses toutes faites.

**Mais...**



Il est utile de maîtriser  
les différentes  
approches **génériques**,

particulièrement  
adaptées à des  
**situations données.**



Cela vous permettra de :

1. Comprendre ce qui se **complète**
2. Éviter de **tâtonner**
3. Gagner en **efficacité**



# Situation #1

**Vous avez un besoin  
urgent de clients**

# Situation #1

## **Vous avez un besoin urgent de clients**

**Le cash doit rentrer rapidement pour financer le développement.**

**MAIS,**

**vous avez très peu de budget.**



**Thibault Mougine**



# Situation #1

## **Vous avez un besoin urgent de clients**

Outbound

*Levier principal*

Inbound

ABM

Brand



**Thibault Mougine**



# Situation #1

## **Vous avez un besoin urgent de clients**

**Focus OUTBOUND**

**pour convertir rapidement.**

**Avec comme appuis :**

**Un contenu attractif solide**

**Ciblage, personnalisation et CRM**

**Un branding donnant confiance**



**Thibault Mougins**



Situation #1 (bis)

**Vous avez un besoin  
urgent de clients**

(2e approche possible)

# Situation #1 (bis) **Vous avez un besoin urgent de clients**

**Le cash doit rentrer rapidement pour financer le développement.**

**ET,**

**vous avez du budget à y consacrer.**



**Thibault Mougin**



# Situation #1 (bis)

## **Vous avez un besoin urgent de clients**

Paid

*Levier principal*

Brand

PLG



**Thibault Mouglin**



# Situation #1 (bis)

## **Vous avez un besoin urgent de clients**

**Focus PAID**

**pour maximiser l'acquisition.**

**Avec comme appuis :**

**Un branding donnant confiance**

**Un produit capable de démontrer sa valeur seul**



**Thibault Mougine**



## Situation #2

**Vous avez un taux de  
churn important**

# Situation #2

## **Vous avez un taux de churn important**

**La fidélisation client est centrale pour pérenniser la croissance.**

**POURTANT,**

**vos clients vous **quittent** ou ne **renouvellent pas.****



**Thibault Mougine**



# Situation #2

## **Vous avez un taux de churn important**

Community-led

*Levier principal*

PLG

Brand

Partnership



**Thibault Mougine**



# Situation #2

## **Vous avez un taux de churn important**

**Focus CLG** pour fédérer autour du produit et de la marque.

**Avec comme appuis :**

Un produit avec une forte valeur intrinsèque

Une love brand en devenir

Des partenaires pour créer synergies et confiance



**Thibault Mougine**



# Situation #3

**Vous avez un produit  
cher et complexe**

# Situation #3

## **Vous avez un produit cher et complexe**

**Le cycle de vente est long** et l'achat est stratégique pour vos clients.

**MAIS,**

**vous avez besoin de moins de clients** pour être rentable.



**Thibault Mougine**



# Situation #3

## **Vous avez un produit cher et complexe**

ABM

*Levier principal*

Inbound

Brand



**Thibault Mougine**



# Situation #3

## **Vous avez un produit cher et complexe**

**Focus ABM** pour cibler les comptes clés disposés à acheter.

**Avec comme appuis :**

Une base de contenus attrayants

Un branding donnant confiance



**Thibault Mougine**



# Situation #4

**Vous lancez une  
innovation**

# Situation #4

## **Vous lancez une innovation**

**Vous devez créer des habitudes d'utilisation de votre produit pour le pérenniser.**

**ET,**

**vous devez éduquer le marché.**



**Thibault Mougins**



# Situation #4

## **Vous lancez une innovation**

Product-led Growth

*Levier principal*

CLG

Inbound

Paid



**Thibault Mougine**



# Situation #4

## **Vous lancez une innovation**

**Focus PLG** pour développer votre produit autour de ses clients.

**Avec comme appuis :**

La création d'une communauté pour booster l'adoption

Une base de contenus éducatifs de valeur

De la traction grâce aux ads



**Thibault Mougins**



Bien sûr, ces stratégies  
ne sont pas exhaustives.

Il en existent autant que  
de situations.

**Vous en avez d'autres ?**

**Proposez-les en  
commentaires !**

# Ça vous a plu ?



**Thibault Mouglin**

Marketing pour PME B2B

