

IMPACT FRAMEWORK

QUALIFICATION DU PROSPECT/CLIENT

Le SaaS B2B est en train de vivre un point de bascule.

Les fonds financent moins. Les budgets sont divisés. Les CAC augmentent. Et 100% des boîtes qui étaient focus sur la "lead gen" grincent des dents.

Mais alors que faire ?

Dans ces moments, j'aime beaucoup revenir sur ce framework de Winning by Design. Il passe en revue le funnel SaaS complet — pas seulement la partie "acquisition" — et identifie tous les points de création de valeur cotés prospect ("land"), mais aussi côté client ("expand").

Voici un petit plan d'action en 6 points :

1. Remettre à plat ses propositions de valeur et sa data
2. Investir dans une acquisition "low-cac" en s'appuyant sur le 1.
3. Chauffer ses prospects (et clients !) à chaque étape du funnel en rebouclant sur ses propositions de valeur.
4. Assurer une bonne transmission d'info d'une équipe à l'autre (gros impact sur la rétention).
5. Travailler sur les opportunités "expand" (cross-sell, upsell...)
6. Mesurer et communiquer en interne sur les "wins" (notamment sur la partie "expand").

Il est temps de changer de mindset.



Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier

IMPACT FRAMEWORK

QUALIFICATION DU PROSPECT/CLIENT À TOUTES LES ÉTAPES

Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier

