

	<b>Up ! Enhanced Management</b>	Première édition
	<b>3 Le marketing</b> 3.5 Le marketing spécialisé	<a href="http://www.up-comp.com">http://www.up-comp.com</a> <a href="mailto:contact@up-comp.com">contact@up-comp.com</a>

$$\rho = \sqrt{\sum_{i \in \{\text{Axes de risque}\}} \rho_i^2}$$

Tant que le niveau de risque est au delà de l'acceptable pour l'entreprise au regard de son identité – par exemple 25 % –, elle doit mettre en œuvre des actions visant à le diminuer sur l'axe le plus fragile.

Axe	Actions
<b>Concurrentiel</b>	Accentuer la <b>Recherche &amp; Développement</b> pour affiner l'innovation afin de : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouvoir la rendre plus difficilement imitable.</li> </ul>
<b>Ethique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouvoir la protéger juridiquement.</li> <li>• Préparer la défense de l'innovation.</li> </ul>
<b>Financier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rassembler les partisans de l'innovation.</li> <li>• Monter un débat public pour définir une charte éthique d'usage de l'innovation.</li> </ul>
<b>Juridique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limiter l'application de l'innovation.</li> <li>• Rechercher des partenaires financiers.</li> <li>• Commercialiser la technologie sous licence.</li> </ul>
<b>Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acheter les licences nécessaires.</li> <li>• Etablir des partenariats avec les détenteurs de licences.</li> </ul>
<b>Produit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablir des partenariats avec les entreprises habituées à commercialiser des offres sur ces segments.</li> <li>• Faire une étude de prospective.</li> <li>• Faire une étude de marché par analogie par rapport à un marché existant – cela est dangereux.</li> </ul>
<b>Technique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Former les ingénieurs et les techniciens.</li> <li>• Etablir des partenariats avec les détenteurs des technologies.</li> </ul>
<b>Technologique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accentuer la <b>Recherche &amp; Développement</b> pour affiner l'innovation.</li> <li>• Faire un prototype et rechercher des clients pilotes.</li> </ul>

Tableau 33 – La gestion de risque

### 3.5.3.4 Une communication adaptée

Pour les produits à fort contenu technologique, la communication doit être axée selon « le produit est fait pour » et non selon « le produit est fait de ». L'idéal est d'écrire un argumentaire fonctionnel :

- Mettant le produit en situation.
- Présentant le produit sous l'angle de bénéfice pour le client.

a

Pour bien construire son argumentaire, il faut savoir répondre à tous les questions de « so what ? » que pourrait rétorquer le client potentiel, ne comprenant alors pas son intérêt dans l'adoption de l'innovation. Cela permet de construire incrémentalement la proposition de valeur qui servira à vendre l'offre au client.

### 3.5.4 Le marketing des affaires

#### 3.5.4.1 Le marketing des affaires pour construire un réseau

Avec la complexité croissante des technologies et des offres, une entreprise n'a plus toujours à elle seule les ressources et la puissance nécessaires pour être l'unique acteur sur toute la chaîne de valeur. Il y a par exemple :

- Les entreprises de **Recherche & Développement** fournissant la technologie.
- Les entreprises industrielles utilisant la technologie pour fabriquer des produits bruts.