

Architecture de revenus

Phases 1 à 6

CA\$27,000 Phases comprises: 6 / 10 · 4 à 5 semaines

Portée fixe. Prix fixe. Aucun avenant.

PHASES COMPRISES

01 Renseignement de marché Dimensionnement ascendant TAM/SAM/SOM, profils concurrents, segments	02 Proposition de valeur Canevas par segment, différenciateurs, tâches à accomplir	03 Architecture de message Maison de messages, guides par segment, langage approuvé	04 Présentation aux investisseurs Bibliothèque de diapositives, configurations, audit des affirmations	05 Processus de vente Étapes du pipeline, qualification, démarches commerciales nommées
06 Stratégie de prix Architecture de paliers, disposition à payer, politique de rabais	07 Modèle d'affaires Canevas à neuf blocs, économie unitaire, scénarios, hypothèses	08 Exécution de la stratégie Feuille de route 90 jours : responsables, indicateurs, risques	09 Audit numérique Audit du site, du référencement et de la lisibilité par l'IA	10 Discipline de preuve Registre des affirmations, revue juridique, arriéré de preuves

CADRES APPLIQUÉS: Les cinq forces de Porter · Entrée en marché en trois phases · Protocole d'entretien · Canevas de proposition de valeur · Tâches à accomplir (JTBD) · Cartographie des irritants · Maison du message · Principe de la pyramide · Vente par départage · et 8 autres

CE QUE VOUS RECEVEZ

- Tout ce qui est inclus dans la Fondation GTM
- Présentation modulaire de 14 diapositives, affirmations vérifiées, recoupée pour cinq auditoires
- Processus et guide de vente avec qualification MEDDPICC et règles de disqualification
- Architecture de prix avec disposition à payer et décision publier-ou-soumissionner
- Analyse du RCI et du coût total de possession face aux solutions de rechange
- Rapport, version Word et note de synthèse pour chaque phase, plus votre onglet du portail

CHAQUE PHASE EST LIVRÉE AVEC

- Un rapport de marque — le livrable principal, entièrement référencé
- Une version Word modifiable pour votre équipe
- Une note de synthèse de trois pages pour ceux qui veulent la conclusion, pas le rapport
- Une présentation de dix diapositives avec notes d'allocution
- Graphiques et visuels bâtis à partir des données de la phase

VOTRE PORTAIL CLIENT EN DIRECT

- Un portail privé et en direct pour votre mandat — rien à installer, et pas un dossier de fichiers envoyé à la fin
- Un onglet par phase, chacune présentée comme du renseignement navigable plutôt qu'un document à faire défiler
- Un tableau des actions : chaque recommandation de chaque phase sur un même tableau Kanban — À faire, En cours, Terminé — pour que rien ne reste enfoui page 40
- Un onglet Preuves et affirmations : ouvrez une affirmation et voyez la source derrière elle
- Un suivi de la valeur et du RCI, pour que la justification du mandat reste visible pendant son déroulement
- Notes de réunion et rétroaction au même endroit que les livrables qu'elles concernent
- Tous les livrables téléchargeables depuis le portail, qui demeure accessible après la fin du mandat

POURQUOI LES PREUVES TIENNENT

- 1 412 artefacts de méthodologie catalogués derrière chaque livrable
- Une grille de qualité en 18 points qui bloque la publication en cas de citation défaillante
- Chaque affirmation tracée jusqu'à une source nommée et vérifiable
- Livraison en français et en anglais

1

Portée convenue par écrit

Phases, livrables et dates fixés avant toute facturation.

2

La recherche, puis la synthèse

Les sources d'abonnement et primaires d'abord ; les conclusions ensuite.

3

Chaque affirmation contrôlée

Une grille automatisée en 18 points bloque la publication lorsqu'une citation ne résout pas ou qu'un décompte ne concorde pas.

4

Livraison par le dirigeant nommé

La personne qui conçoit le travail le livre.

CE POUR QUOI VOUS VOUDREZ QUELQU'UN D'AUTRE

- L'évaluation indépendante et la certification — cet examen revient à un évaluateur indépendant, ce qui donne son poids à votre dossier
- Les opérations de sécurité et les tests d'intrusion — nous vous orienterons vers une firme qui les réalise bien
- La décision d'autorisation elle-même, qui appartient au gouvernement ; nous nous engageons sur le dossier

Réserver un diagnostic → sagentix.ca

Prix dans la devise locale de l'acheteur. La pratique A et l'accès aux marchés réglementés font l'objet d'une portée et d'une soumission plutôt que d'un prix affiché.

Sagentix Advisors Inc.
Ottawa, Canada · EN / FR

01 Renseignement de marché

Quelle est la taille du marché accessible, qui d'autre s'y trouve, et quels segments pouvez-vous réellement gagner?

- TAM / SAM / SOM construits de bas en haut à partir de données sectorielles codées par SCIAN, et non d'un pourcentage appliqué à un grand chiffre
- Paysage concurrentiel avec les acteurs nommés, leur positionnement et leurs points faibles
- Personas d'acheteur par verticale, bâtis à partir du système d'achat plutôt que de données démographiques
- Analyse de la structure de l'industrie : quelles forces gouvernent réellement les décisions d'achat

Cadres appliqués: Les cinq forces de Porter · Entrée en marché en trois phases · Protocole d'entretien avec les parties prenantes

02 Proposition de valeur

Pourquoi cet acheteur devrait-il vous choisir plutôt que la solution qu'il a déjà?

- Pile de différenciateurs, chacun classé comme structurel, prouvé ou simplement affirmé
- Cartographie des tâches à accomplir (JTBD) selon la tâche réelle de l'acheteur, pas votre liste de fonctionnalités
- Un canevas de proposition de valeur par verticale — un seul canevas pour quatre verticales n'en sert aucune
- Analyse de la solution actuelle : ce qui se passe s'ils ne font rien

Cadres appliqués: Canevas de proposition de valeur · Tâches à accomplir (JTBD) · Cartographie des cas d'usage et des irritants · Personas multiverticales

03 Architecture de message

Que dites-vous, à qui, dans quel ordre — et que ne pouvez-vous jamais affirmer?

- Maison du message : un toit de positionnement, des piliers en dessous, et la preuve sur laquelle chaque pilier repose
- Cahiers de message par verticale qui reprennent les piliers mot pour mot et n'échangent que les preuves
- Fiches de combat concurrentielles, y compris les objections que vous entendrez réellement
- Un registre terminologique des affirmations non étayables, à ne jamais formuler

Cadres appliqués: Maison du message · Principe de la pyramide · Vente par déparage et tests du justificateur · Éléments de valeur

04 Présentation aux investisseurs

Pouvez-vous raconter l'histoire en quatorze diapositives à cinq auditoires différents?

- Présentation modulaire avec logique de permutation — une même colonne vertébrale, recoupée pour l'investisseur, l'acheteur, le partenaire, l'analyste et l'interne
- Chaque affirmation vérifiée par rapport à sa source avant d'atteindre une diapositive
- Notes du présentateur rédigées à la première personne, pour que la présentation soit livrable par quelqu'un d'autre que son auteur
- Un dossier de preuves : les données derrière chaque diapositive, prêtes quand on les demande

Cadres appliqués: Scénarimage de présentation · Construction du dossier de preuves · Système de conception

05 Processus de vente

Quelle est la démarche reproductible qui transforme l'intérêt en mandat signé?

- Étapes de pipeline avec critères d'entrée et de sortie explicites, pour qu'aucune occasion ne stagne
- Qualification MEDDPICC appliquée à vos occasions, non à un gabarit générique
- Cadences de prospection et déroulés d'appel pour chaque verticale
- Les règles de disqualification — quels prospects écarter, et à quel moment

Cadres appliqués: Conception de processus SPIN et MEDDIC · Gabarits de déroulé d'appel · Dossier d'assurance de la prospection · Cartographie du comité d'achat

06 Stratégie de prix

Que devriez-vous facturer, sur quelle base, et que ne doit-on jamais afficher publiquement?

- Conception des paliers à portée fixe, pour que le prix soit une spécification et non une position de départ
- Analyse de la disposition à payer selon l'instrument budgétaire réellement mobilisé par l'acheteur
- Comparaison du coût total de possession face aux solutions de rechange, y compris ne rien faire
- Décision publier-ou-soumissionner : quels montants relèvent du public et lesquels non

Cadres appliqués: Tarification fondée sur la valeur · Analyse de rentabilisation et modèle de RCI · Méthodes de recherche tarifaire · Reconstruction des prix concurrents · Croissance menée par le produit