

Audit Growth

1. Business

- De combien croit le revenu par an ? et par mois ?
- Combien de clients acquérons-nous chaque mois ? S'il y a des variations, pourquoi ?
- Quel est le taux de marge net ?
- Quel est le top 3 de nos canaux de croissance et d'acquisition actuels ? **Lemlist, cold calling, Evenement**
- Le pricing est-il compréhensible / pertinent ? **Abonnement engagement ou sans, basé sur le produit acheté (5 produits)**

2. Funnel AARRR (à faire pour chaque partie du funnel)

- Quels sont les tactiques actuelles ? Quels sont les métriques suivies ?
- Quels sont les 3 canaux qui performent le mieux aujourd'hui ?
 - Qu'avons-nous essayé dans le passé et quels sont les résultats ?
- Où perdons-nous des leads/clients ? Pourquoi ?
- L'action avec le meilleur impact sur vos KPI's ? Pourquoi ?
- L'action avec le moins d'impact sur vos KPI's ? Pourquoi ?

3. Interview utilisateurs/clients

4. Analytics

- Comment réalisez-vous l'acquisition de données ?
- Quels outils analytics utilise t-on actuellement ? **Sellsy, sheet**
- Sont-ils implémentés correctement ? **Améliorable**
- Des signes d'incohérence dans la donnée recueillie ?
- Quels sont les metrics suivies ? Sont-elles pertinentes ?

5. Stack marketing

- Quels outils marketing sont utilisés actuellement ? **Lemlist, NeverBounce, Slack, Sellsy, sendingblue, sheet**
- Sont-ils implémentés correctement entre eux ? **Non**
- Sont-ils vraiment pertinent à notre stage et nos objectifs ? **Sendingblue peu d'utilité si le marché B2C n'est pas exploité avec une présence dans la création de contenu.**

6. Marché

- Quels sont les acteurs de l'écosystème ?
- Quels sont les touchpoints de la customer journey d'un client et les mood points ?
- Quelles sont les opportunités qui font sens aujourd'hui ? Dans 6 mois ? Dans 12 mois ?
- Quels sont les "Best practice" de l'industrie ?

7. Analyse concurrentielle

- Quels sont nos différences avec les autres acteurs du marché ?
- Quels canaux d'acquisition fonctionnent bien pour eux ?
- Achètent-ils des mots clés spécifiques ?
- De quels talents sont constitués leurs équipes marketing ?

8. Management

- Quels sont les process (formels et informels) ?
- Comment les ressources sont-elles allouées sur les projets ?
- Quel budget est alloué au marketing ? À la croissance ?

ROADMAP

1. Conclusion de la fiche d'analyse.
2. Axes d'améliorations (Rétention et refferal par exemple)
3. Poser les objectifs sur 3 mois - 6 mois - 9 mois - 12 mois.
4. Poser les best KPI à suivre.
5. Poser les fiches d'idées d'actions de stratégie growth. (Description, objectif, outil de mise en place, MVP, les KPI) ou (QQOQCP)
6. Faire le score ICE avec mon équipe pour prioriser les actions qui ont vont avoir le plus d'impact pour le business.
7. Mise en place du test
8. Récolter les KPI's du test
9. Analyse de KPI's
10. GO ou NO GO
11. Si GO, automatiser le process.
12. Si NO GO, continuer l'AB testing.

ROAD MAP

Acquisition de data segmenter en fonction du type de cible.

Scraping avec octoparse sur tripadvisor.

- Restaurant gastronomique
- Restaurant saisonnier
- Restaurant traditionnel
- Groupe de restaurant

Enrichissement mail

- Never Bouncer
- MailTestNinja

Enrichissement société info.

- chiffre d'affaires en fonction des années.
- Informations en plus pour enrichir.

a.

2. Lemlist
 - a. Copywriting (Jason , Vincent échanger)