

Identifier les touchpoints avant achat

Modèle visuel pour maquetter sa stratégie d'acquisition et d'influence

Le stakeholder engagements maps

L'usage du stakeholder maps peut être multiple. Dans le cadre de notre construction d'une stratégie d'acquisition de prospect, le Stakeholder maps est un canvas où vous devez relier vos clients, partenaires et les intervenants extérieurs à votre organisation selon leur niveau de liens directs ou indirects.

Il permet de réfléchir aux différents partenaires relais pour capter vos prospects et les points de contacts (canaux) pour les atteindre.

Avec ce canvas vous réfléchirez à :

- Y a t'il qu'un seule personne impliqué dans la décision d'achat, dans la phase de consommation, dans la phase de recommandation
- Quel est le niveau de maturité de vos personas vis-à-vis du besoin
- Qui sont vos partenaires et comment les atteindre
- Quels sont les canaux pour atteindre chaque intervenant extérieurs (SEO, RP, SMO, SEA, coldemail...)

