

L'innovation en start-up : repenser une stratégie de distribution de niche



Entreprise : INDY.FR
Période : **2024 – 2025**
Tuteur entreprise : Vincent Bernot
Lieu : Lyon, remote partiel possible

Indy – Equipe Go-To-Market

Indy est un service qui simplifie la vie des indépendants en rendant leur comptabilité et leur démarches administratives intuitives, rapides et ludiques. De la création d'entreprise au pilotage quotidien en passant par les déclarations fiscales, Indy les accompagne dans toutes les étapes de leur vie professionnelle en automatisant les tâches rébarbatives et en leur balisant le chemin.

Indy c'est une application et une équipe de conseillers qui servent plus de 60 000 clients tous les jours avec des milliers d'avis 5 étoiles.

Tu rejoindras l'équipe Go-To-Market qui construit et développe la stratégie de distribution d'Indy.

Descriptif du projet

On appelle par stratégie *go-to-market* l'ensemble des éléments nécessaires au lancement d'un nouveau produit ou service (canaux de distribution, messages marketing, offre, spécificités produit, etc...) une fois que ce dernier a trouvé son *market-fit*.

Problématique

Notre marché est extrêmement large (plusieurs millions d'indépendants en France) mais il est aussi extrêmement fragmenté et composé de *persona* très hétérogènes (Kinés, Avocats, Freelances, Plombier, Loueur meublé, etc...)

Nous avons une tension forte entre la volonté d'aller rapidement prendre des parts de marché sur l'ensemble du marché et donc d'utiliser des stratégies de distribution globales, et la nécessité de rentrer en profondeur sur chaque *persona* avec des stratégies dites de 'niche'.

L'objectif du projet sera de nous aider à repenser notre stratégie d'innovation *go-to-market* pour passer progressivement d'un modèle unique de distribution à une stratégie de niche.

Méthodologie envisagée

Revue de littérature et Etudes de cas

Tu documenteras à travers d'une revue de la littérature sur le sujet et/ou des études de cas (recherches, entretiens) les différentes stratégies *go-to-market* de niche afin d'en extraire des exemples de stratégies gagnantes à suivre, mais aussi des échecs à ne pas reproduire.

En particulier, tu documenteras l'aspect organisationnel qui nous semble être un facteur déterminant de la réussite (risque de travail en silos, perte de cohérence globale, etc...).

Participer au lancement d'une de plusieurs 'niches'

Afin de pouvoir directement évaluer le processus d'innovation, tu participeras activement au lancement d'une ou plusieurs 'niches'. Le process est actuellement le suivant, mais nous attendrons de toi que tu gardes un regard critique et que tu sois force de proposition :

1 - Priorisation des niches à développer Par une analyse intensive de données du marché et de nos clients / prospects tu nous aideras à prioriser les prochaines cibles à développer.

2 - Discovery - Analyse et recherches sur la niche sélectionnée

- Benchmarking des concurrents ou potentiels partenaires
- Analyse stratégique de nos clients et nos prospects sur cette niche
- Entretiens qualitatifs avec des personnes de cette niche
- Sessions de créativité avec les équipes internes qui ont échangé avec cette profession

L'objectif de cette phase est de connaître au mieux cette niche, valider au plus vite le product market-fit et proposer un plan d'action stratégique (stratégie commerciale, marketing & potentiellement produit s'il y a des adaptations à faire).

3 - Implémentation - Lancement de tests sur cette niche

- Mise en place d'objectifs mesurables
- Travail avec les équipes opérationnelles pour mettre en place la stratégie validée en Discovery et itérer.



Profil(s) recherché(s)

Date de début souhaitée : le plus tôt possible

- Tu aimes entreprendre
- Très polyvalent : tu possèdes un profil très analytique, mais tu aimes aussi faire des interviews clients, échanger avec les commerciaux, etc....