

# GRILLE D'ANALYSE STRATÉGIQUE POUR L'IDENTIFICATION DES AXES CLÉS DE COMMUNICATION

## CHAPITRE 7C

L'objectif de cette grille d'analyse stratégique est d'identifier les axes clés de communication qui serviront de base à la définition des messages de communication marketing.

Cette grille inventorie les avantages et inconvénients du produit ou du service tels que perçus par les consommateurs. Une fois la liste dressée, il est essentiel de faire ressortir les avantages concurrentiels qui procurent au produit ou service une véritable valeur ajoutée par rapport à ce que proposent les autres. En effet, on ne peut pas communiquer sur tous les avantages du produit : il faut choisir certains axes pour que les clients retiennent les informations principales.

Les avantages et inconvénients du produit se traduisent respectivement en des bénéfices et pertes.

- Pour chaque avantage concurrentiel, l'on définit le bénéfice apporté. On sélectionne les plus importants, qui seront privilégiés pour élaborer les principaux messages de la communication marketing.
- Les inconvénients et les pertes seront quant à eux pris en compte dans l'élaboration du *mix marketing* afin, d'une part, de les minimiser (en adaptant le design du produit, par exemple) et, d'autre part, de préparer un argumentaire pour réduire leurs effets.

Rappelons ici la différence entre les avantages et les bénéfices du produit de la stratégie marketing :

- **les avantages** sont les critères techniques intrinsèques à l'objet, comme la solidité pour les latrines ;
- **les bénéfices** font référence au gain que retire le consommateur des avantages techniques du produit. Par exemple, le gain financier est la conséquence de latrines solides, que l'on n'a pas besoin de reconstruire chaque année après la saison des pluies. Autre exemple : la sensation de sécurité est aussi une conséquence de la solidité des latrines car on n'a pas peur qu'elles s'effondrent lorsqu'on les utilise.

Chaque client peut retirer d'un même avantage un bénéfice différent.

Tout cela peut être synthétisé dans un tableau.

Avantages concurrentiels	→ Bénéfices associées	→ Bénéfices principaux
-	-	-
-	-	-
-	-	-
Inconvénients	→ Pertes associées	→ Mesure de minimisation
-	-	-
-	-	-
-	-	-

Le tableau suivant donne un exemple de quelques avantages et bénéfices des toilettes vendues dans les Diotontolo, les sanimarchés malgaches.

Avantages concurrentiels	→ Bénéfices associées	→ Bénéfices principaux
Facile et rapide à poser.	Gain de temps.	
Sans odeurs.	Agréable à utiliser.	Agréable à utiliser.
Durable, réutilisable.	Investissement sûr.	Investissement sûr.
Solide.	Sentiment de sécurité.	Sentiment de sécurité.
Meilleur rapport qualité-prix.	Adapté au budget des ménages.	Adapté au budget des ménages.
Lavable.	Facile à entretenir, limite les odeurs.	
Modulable.	Adaptable au nombre d'utilisateurs.	
La vente de la toilette et son installation à domicile sont deux services proposés par un seul prestataire (le Diotontolo).	Une seule personne à contacter ; simplicité d'un service « clé en main ».	