

# NOTE STRATÉGIQUE

## AMPLIXY V2

Analyse du Pivot Stratégique

*De « Agence Communication » à « Organisateur Digital »*

**Janvier 2026**

Document confidentiel — Usage interne

## Synthèse Exécutive

AMPLIXY a opéré un pivot stratégique majeur, passant d'une agence de communication digitale généraliste à un cabinet de conseil spécialisé dans la structuration des outils digitaux pour TPE-PME. Cette transformation représente un repositionnement intelligent vers un marché moins saturé avec une proposition de valeur plus différenciante.

### ✓ VERDICT : PIVOT RÉUSSI

Le nouveau positionnement corrige les principales faiblesses identifiées dans l'analyse V1 : pricing transparent, cible précise, problème clairement articulé, et différenciation tangible.

## Comparatif Avant/Après

| Critère          | V1 (Ancienne)                       | V2 (Nouvelle)                    |
|------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| Positionnement   | Agence communication digitale       | Organisateur digital TPE-PME     |
| Proposition      | Site web + Contenu + Accompagnement | Structuration outils SaaS        |
| Problème adressé | Visibilité / communication (vague)  | Chaos des outils (précis)        |
| Pricing          | Non affiché ✗                       | 4 900€ / 7 900€ HT ✓             |
| Durée mission    | Non précisée                        | 15 jours / 3 semaines            |
| Cible            | PME (flou)                          | TPE-PME B2B services, 1-50 pers. |
| CTA              | Formulaire audit                    | Calendly 30 min intégré          |
| Preuve sociale   | Logos sans contexte                 | Logos + storytelling fondateur   |

## Contexte Marché 2025

### La Problématique du « SaaS Sprawl »

Le positionnement d'AMPLIXY V2 répond à un phénomène croissant : la prolifération incontrôlée des outils SaaS dans les entreprises (« SaaS Sprawl »). Les TPE-PME accumulent Slack, Notion, Trello, Drive, Monday, emails... sans stratégie cohérente, créant confusion et perte de productivité.

#### Chiffres clés du marché (Baromètre France Num 2024-2025)

- 78% des dirigeants TPE-PME considèrent le numérique bénéfique pour leur activité
- 68% voient le digital comme levier de croissance prioritaire
- 39% ont mis en place des outils d'automatisation ou d'IA
- Marché du conseil en France : +9% à +12% de croissance annuelle
- Notion : +200% d'adoption professionnelle entre 2021-2024 (Forrester)

Sources : France Num, Syntec Conseil, Forrester Research

### Positionnement Concurrentiel

Le nouveau positionnement d'AMPLIXY se situe dans une niche moins saturée que la communication digitale, avec des concurrents plus identifiables :

| Type de concurrent           | Tarifs         | Forces                  | Faiblesses          |
|------------------------------|----------------|-------------------------|---------------------|
| Consultants Notion certifiés | 400-1200€/jour | Expertise outil pointue | Vision mono-outil   |
| Agences digitales classiques | 500-1500€/jour | Écosystème complet      | Généralistes, chers |
| Freelances Malt/Upwork       | 300-600€/jour  | Flexibilité, prix       | Qualité variable    |
| ESN / Intégrateurs           | 800-2000€/jour | Ressources, méthodo     | Surdimensionnés TPE |

**Positionnement AMPLIXY :** Entre le consultant Notion (mono-outil) et l'agence digitale (généraliste).  
Approche système global avec expertise grands comptes appliquée aux TPE-PME.

## Ce qui Fonctionne Bien

### **Pricing Transparent [5/5]**

Deux offres packagées claires (4 900€ et 7 900€ HT) avec durées définies. Élimine l'objection prix et qualifie les prospects.

### **Cible Ultra-Précise [5/5]**

TPE-PME de services B2B, 1-50 personnes. Critères explicites : accumulation d'outils sans stratégie, difficulté à déléguer, croissance rapide.

### **Pain Points Émotionnels [5/5]**

« Vous frôlez le burn-out », « Tout repose sur votre tête ». Connexion émotionnelle forte avec la cible.

### **Storytelling Fondateur [4/5]**

Photo, parcours détaillé, légitimité grands comptes (Airbus, Dassault, CMA CGM). Crédibilité renforcée.

### **CTA Simplifié [4/5]**

Calendly intégré pour prise de RDV 30 min. Réduit la friction de conversion.

### **Méthodologie Claire [4/5]**

4 étapes (Audit → Simplification → Structuration → Accompagnement). Process rassurant et professionnel.

## Opportunités d'Amélioration

Malgré les progrès significatifs, certains axes restent à optimiser pour maximiser la conversion et la crédibilité.

### [CRITIQUE] Preuve Sociale Insuffisante — Score : 2/5

**Constat :** La mention « +15 TPE-PME » est vague. Aucun témoignage client, aucun cas d'usage détaillé, aucune métrique de résultat.

**Recommandation :** Collecter 3-5 témoignages avec métriques (« -40% de temps perdu », « Onboarding réduit de 2 semaines à 3 jours »). Créer 1-2 études de cas détaillées.

*Effort : Moyen | Impact : Très élevé*

### [HAUTE] Incohérence Grands Comptes / TPE — Score : 3/5

**Constat :** Les logos Airbus, Dassault, CMA CGM, Naf Naf suggèrent une cible grands comptes, en contradiction avec le positionnement TPE-PME.

**Recommandation :** Clarifier dans le parcours que ces expériences fondent l'expertise maintenant appliquée aux TPE-PME. Ajouter des logos clients actuels TPE si possible.

*Effort : Faible | Impact : Moyen*

### [MOYENNE] SEO Limité (One-Page) — Score : 2/5

**Constat :** Structure one-page limite le potentiel de référencement sur des requêtes longue traîne.

**Recommandation :** Créer des pages dédiées : /notion-consulting, /organisation-digitale-pme, /audit-outils. Lancer un blog avec 2-4 articles/mois.

*Effort : Élevé | Impact : Moyen-long terme*

### [MOYENNE] Absence de Lead Magnet — Score : 2/5

**Constat :** Pas de ressource gratuite pour capturer des emails et nourrir les prospects non prêts à acheter.

**Recommandation :** Créer une checklist « 10 signes que vos outils vous font perdre du temps » ou un mini-audit gratuit automatisé.

*Effort : Moyen | Impact : Moyen*

# Plan d'Action Prioritaire

## Phase 1 : Quick Wins (0-30 jours)

| # | Action   | Délai      | Impact |
|---|--|------------|--------|
| 1 | Contacter 5 clients satisfaits pour témoignages avec métriques       | 2 semaines | ★★★★★  |
| 2 | Clarifier le lien grands comptes → TPE-PME dans le texte bio         | 3 jours    | ★★★★☆☆ |
| 3 | Ajouter une section FAQ étendue (objections prix, délais, garanties) | 1 semaine  | ★★★★☆☆ |
| 4 | Intégrer les témoignages sur la page d'accueil                       | 1 semaine  | ★★★★★  |

## Phase 2 : Consolidation (30-90 jours)

| # | Action   | Délai      | Effort |
|---|--|------------|--------|
| 5 | Rédiger 1-2 études de cas détaillées (problème → solution → résultats) | 1 mois     | Moyen  |
| 6 | Créer un lead magnet (checklist ou mini-audit)                         | 2 semaines | Moyen  |
| 7 | Mettre en place une séquence email nurturing (5-7 emails)              | 3 semaines | Moyen  |
| 8 | Ajouter une garantie satisfaction (« Si pas satisfait à J+30... »)     | 1 semaine  | Faible |

## Phase 3 : Croissance (90+ jours)

| #  | Action   | Objectif                 | Investissement |
|----|--|--------------------------|----------------|
| 9  | Développer un site multi-pages avec SEO            | Trafic organique +50%    | €€€            |
| 10 | Lancer un blog (2-4 articles/mois)                 | Autorité, leads entrants | €€             |
| 11 | Créer une offre récurrente (maintenance mensuelle) | Revenus récurrents       | €              |
| 12 | Partenariats avec comptables, avocats TPE-PME      | Referral business        | €              |

## KPIs à Suivre

| Indicateur                        | Baseline  | Cible J+90 | Cible J+180 |
|-----------------------------------|-----------|------------|-------------|
| Taux de conversion visiteur → RDV | À mesurer | +30%       | +50%        |
| RDV découverte / mois             | À mesurer | 8-10       | 15-20       |
| Taux closing RDV → client         | À mesurer | 25%        | 35%         |
| CA mensuel moyen                  | À mesurer | +40%       | +80%        |
| Trafic organique                  | À mesurer | +25%       | +60%        |
| Emails collectés (lead magnet)    | 0         | 100        | 300         |

## Conclusion

### RECOMMANDATION FINALE

Le pivot stratégique d'AMPLIXY vers « l'organisation digitale » est pertinent et bien exécuté. Le positionnement répond à un vrai besoin marché (SaaS sprawl des TPE-PME) avec une proposition de valeur claire et différenciante.

**Priorité immédiate :** Collecter des témoignages clients avec métriques pour renforcer la crédibilité et la conversion. C'est le levier le plus impactant à court terme.

Le marché de l'accompagnement digital TPE-PME est porteur (+9% à +12% annuel) et la niche « organisation des outils » reste peu saturée. AMPLIXY a les atouts pour s'y imposer.

— Fin du document —