

# 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)
<b>Positionnement</b>	Agence communication digitale	Organisateur digital TPE-PME
<b>Proposition</b>	Site web + Contenu + Accompagnement	Structuration outils SaaS
<b>Problème adressé</b>	Visibilité / communication (vague)	Chaos des outils (précis)
<b>Pricing</b>	Non affiché 	4 900€ / 7 900€ HT 
<b>Durée mission</b>	Non précisée	15 jours / 3 semaines
<b>Cible</b>	PME (flou)	TPE-PME B2B services, 1-50 pers.
<b>CTA</b>	Formulaire audit	Calendly 30 min intégré
<b>Preuve sociale</b>	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 —