

Q1

Q2

Q3

Q4

### Objectif

Lancer Kakemphaton dans les principaux hôpitaux universitaires spécialisés en cardiologie fœtale.

Ces institutions sont des leaders d'opinion qui peuvent influencer positivement la perception du marché et valider l'efficacité de la technologie.

Élargir le marché en ciblant les cliniques spécialisées et les praticiens privés.

Augmenter la base d'utilisateurs et les revenus en accédant à des marchés moins saturés.

Optimisation et expansion des fonctionnalités de Kakemphaton pour répondre aux besoins diversifiés des utilisateurs.

Augmenter la satisfaction des utilisateurs existants et attirer de nouveaux clients en améliorant l'offre produit.

Consolider la position sur le marché et explorer les opportunités d'expansion internationale.

S'assurer de la stabilité à long terme du produit sur le marché et commencer à explorer de nouveaux marchés pour une croissance future.

### Comment

Coordonner les démonstrations du produit, les essais cliniques et les formations du personnel sur l'utilisation de Kakemphaton.

Fournir des études de cas détaillées et des témoignages de premiers utilisateurs pour renforcer la crédibilité.

Campagnes de marketing ciblées, participation à des conférences médicales, mise en place d'un système de parrainage entre institutions.

Utiliser les données de performance des hôpitaux universitaires pour convaincre de nouveaux utilisateurs de l'efficacité de Kakemphaton.

Recueillir les feedbacks des utilisateurs actuels pour identifier les fonctionnalités manquantes ou à améliorer. Développer ces améliorations en collaboration étroite avec l'équipe technique.

Prioriser les développements basés sur leur impact potentiel sur la satisfaction utilisateur et la facilité de mise en œuvre.

Évaluer les performances des marchés actuels et identifier les marchés internationaux potentiels. Préparer les plans de localisation et de conformité réglementaire pour les marchés cibles.

Collaborer avec des partenaires locaux pour comprendre mieux les exigences spécifiques de chaque marché et adapter l'approche.

### Rôles

L'équipe de vente de Kakemphaton est responsable de la coordination avec les hôpitaux, tandis que l'équipe technique assure le support et la formation.

L'équipe commerciale pour les relations externes, l'équipe de développement produit pour l'optimisation continue basée sur les feedbacks.

L'équipe de R&D pour le développement des fonctionnalités, l'équipe de support pour la collecte et l'analyse des feedbacks, et l'équipe marketing pour communiquer les améliorations aux clients.

Équipes de vente et marketing pour les stratégies d'expansion, l'équipe légale pour la conformité internationale, l'équipe de produit pour les adaptations nécessaires.

### Outcomes

Signature de contrats avec au moins 5 grands hôpitaux, retour positif des premiers utilisateurs, amélioration du produit basée sur les retours initiaux.

Adoption par 10 nouvelles cliniques, amélioration de la notoriété de la marque, feedback utilisateur positif accru.

Amélioration mesurable de la satisfaction client, augmentation de l'usage quotidien du produit, réduction des requêtes de support technique.

Établissement de présence dans au moins deux nouveaux pays, augmentation des revenus globaux de 15%, feedback positif dans les nouveaux marchés.

### Temporalité

Trois mois pour initier les premiers déploiements et formations.

Trois mois suivant la première phase pour capitaliser sur l'élan initial.

Trois mois pour implémenter les améliorations et commencer à voir les impacts sur l'utilisation du produit.

Trois à quatre mois pour lancer les premières initiatives d'expansion internationale.

### Actions

Préparation des matériaux de marketing, organisation des sessions de formation, configuration initiale des systèmes, suivi continu et adaptation aux besoins spécifiques des hôpitaux.

Développer des partenariats avec des distributeurs, améliorer les outils de communication marketing, organiser des webinaires et des démos en ligne.

Analyse des données d'utilisation, interviews avec des utilisateurs clés, développement agile des nouvelles fonctionnalités, mise à jour régulière du logiciel.

Recherches de marché, adaptation des matériaux marketing, préparation de la logistique de distribution, formations spécifiques aux nouveaux marchés, mise en place de supports clients locaux.