

# | Validation d'adoption du marché |

Valider la valeur de vos idées  
auprès de vos clients.

Ayez **9x** plus de chance que le marché adopte vos idées!\*

# Êtes-vous certain que vos idées seront adoptées par vos cibles ?



## REPRÉSENTER VOS OPPORTUNITÉS

Nous vous aidons à traduire vos opportunités soit sous la forme de concepts illustrés, de prototypes ou de vidéos afin de les tester.



## VALIDER L'INTÉRÊT

Par différentes techniques de validation, nous désirons tester auprès du marché cible la valeur et l'intérêt de vos idées de nouveaux produits ou services.



## PRODUIT ADOPTÉ PAR LE MARCHÉ

Baliser l'orientation de la phase de développement en validant les avantages de votre proposition et l'intérêt que vos cibles y accordent.

# | Les résultats |



Perception de valeur validée  
auprès des cibles



Validation des opportunités,  
et des bénéficiaires clés



Orientation de conception  
validée

**CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE**

# | Bénéfices de la validation d'adoption |

## **MAXIMISER** LA VALEUR DES PRODUITS

Profiter du plein potentiel de l'investissement du développement de produit avec une bonne stratégie de différenciation et l'élaboration d'une proposition de valeur claire et évolutive dans le temps.

## **RÉDUIRE** LES RISQUES D'ÉCHECS

Le développement de produits est une entreprise risquée et les écueils potentiels sont nombreux. Adopter les meilleures pratiques des entreprises les plus performantes en innovation et lancement de produits à succès ne peut que maximiser les chances de réussir le développement.

## **OPTIMISER** L'EXPÉRIENCE CLIENT

Offrir une expérience distinctive pour garder vos cibles engagées, c'est la clé du succès et de la croissance... dans la mesure où vos produits sont en mesure de remplir cette promesse!

**CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE**

# | Validation d'adoption du marché |

Ayez **9x** plus de chance que le marché adopte vos idées!\*

Nos **techniques de validation** s'appuient sur des études démontrant l'impact sur la performance et le succès du lancement d'un nouveau produit.

\*Cooper, 2011