CAMPAGNE
PHARAON ADVISORY × DBS TV

DBS TV : repenser le positionnement stratégique d'une chaîne pour ouvrir de nouvelles perspectives de croissance

Étude de cas | Stratégie, transformation d'entreprise et développement commercial

Comment Pharaon Advisory a accompagné DBS TV dans la clarification de son positionnement stratégique, la structuration de nouvelles initiatives et la mobilisation d'un écosystème de partenaires.

01

L'essentiel de la mission

ORGANISATION ACCOMPAGNÉE	DBS TV, chaîne de télévision camerounaise du Groupe Baba Danpullo.
ENJEU STRATÉGIQUE	renforcer la différenciation de la chaîne, explorer de nouvelles perspectives de développement économique et mieux mobiliser les entreprises autour de son offre.
INTERVENTION DE PHARAON ADVISORY	diagnostic stratégique, recommandation de positionnement, réflexion sur le modèle économique et accompagnement à la mise en œuvre d'initiatives.

PREMIÈRES RÉALISATIONS DOCUMENTÉES

- Clarification d'un positionnement stratégique axé sur l'économie, l'entrepreneuriat et la diplomatie en Afrique centrale.
- Structuration de partenariats avec AREA Assurances et M4M, selon les conventions conclues.
- Lancement du format *MASTER CHEF DE L'ENTREPRENEURIAT — THE ART OF RISING*.
- Organisation d'un petit-déjeuner exécutif à l'Hôtel Akwa Palace, à Douala, réunissant 25 dirigeants.

02

Le contexte : disposer d'atouts ne suffit pas toujours

DBS TV évolue dans un secteur où les chaînes doivent simultanément capter l'attention du public, se différencier auprès des annonceurs et construire un modèle économique soutenable.

La chaîne dispose de plusieurs atouts : une présence sur des plateformes de diffusion telles que Canal+ et Startimes, des studios à Yaoundé et Douala, une équipe de professionnels et une ouverture aux langues locales.

Mais ces atouts ne suffisent pas, à eux seuls, à garantir une position distinctive sur le marché.

Comme de nombreux médias, DBS TV devait composer avec plusieurs enjeux :

- Une concurrence forte sur le marché audiovisuel ;
- La nécessité de clarifier sa singularité éditoriale ;

- La recherche de sources de revenus complémentaires ;
- La nécessité de proposer aux entreprises des raisons convaincantes de s'associer à ses programmes et à ses initiatives.

La question n'était donc pas simplement de produire davantage de contenus.

> **Il s'agissait de mieux définir la valeur que DBS TV pouvait créer pour son public, ses partenaires et les entreprises.**

03

Le défi stratégique : sortir de la concurrence frontale

Comment une chaîne généraliste peut-elle renforcer sa différenciation sans renoncer à ses atouts ?

Comment peut-elle développer des programmes qui répondent à des besoins identifiables, tout en ouvrant de nouvelles perspectives commerciales ?

Et comment transformer son potentiel éditorial en une proposition de valeur plus lisible pour les entreprises et les partenaires institutionnels ?

Ces questions ont structuré la réflexion stratégique accompagnée par Pharaon Advisory.

L'enjeu était de faire évoluer la manière dont la chaîne pense son positionnement, ses contenus et ses possibilités de développement, en reliant davantage sa proposition éditoriale à son ambition économique.

04

L'approche de Pharaon Advisory : du diagnostic à l'action

L'accompagnement s'est articulé autour de trois phases complémentaires.

PHASE 1

Diagnostiquer la situation et identifier les leviers de différenciation

La première étape consistait à examiner l'environnement concurrentiel, les enjeux du marché publicitaire et les possibilités de différenciation.

Le travail de diagnostic visait notamment à mieux comprendre :

- La place de DBS TV dans son environnement concurrentiel ;
- Les attentes auxquelles les offres existantes répondaient déjà ;
- Les opportunités de contenus et de services susceptibles de renforcer son positionnement ;

- Les pistes permettant de mieux relier la programmation aux attentes des entreprises et des partenaires.

L'objectif n'était pas de reproduire les stratégies des acteurs déjà établis, mais d'identifier une orientation plus distinctive et cohérente avec les atouts de DBS TV.

PHASE 2

Clarifier le positionnement et ouvrir de nouvelles perspectives économiques

À l'issue de cette réflexion, Pharaon Advisory a recommandé un positionnement différenciant : **« La Chaîne de Référence de l'Économie, de l'Entrepreneuriat et de la Diplomatie en Afrique Centrale. »**

Cette orientation vise à donner davantage de lisibilité à la proposition de valeur de la chaîne et à créer un cadre cohérent pour le développement de ses contenus et de ses partenariats.

Elle permet également d'explorer plusieurs leviers de diversification économique :

- Des offres publicitaires adaptées aux besoins des annonceurs ;
- Des événements réunissant dirigeants, experts et décideurs ;
- Des partenariats commerciaux et institutionnels ;
- Des formats susceptibles de renforcer la participation des entreprises ;
- Des possibilités de développement numérique.

Ces pistes constituent des axes de développement. Elles ne doivent pas être confondues avec des revenus déjà générés ou des performances financières mesurées.

PHASE 3

Accompagner la mise en œuvre et favoriser la mobilisation des partenaires

Une stratégie ne prend sa pleine valeur que lorsqu'elle se traduit en initiatives concrètes.

L'accompagnement a ainsi contribué à créer une dynamique autour de nouveaux formats, de partenariats et de rencontres avec le monde économique.

Cette phase s'est notamment matérialisée par le développement du concept *MASTER CHEF DE L'ENTREPRENEURIAT — THE ART OF RISING* et par la mobilisation de dirigeants autour de cette initiative.

Le travail mené avec les partenaires, notamment M4M, s'inscrit dans cette logique de mise en œuvre et de mobilisation des compétences.

05

Les réalisations : rendre la nouvelle orientation concrète

Plusieurs avancées permettent d'illustrer le passage de la réflexion stratégique à l'action.

Un positionnement stratégique clarifié

Une orientation centrée sur l'économie, l'entrepreneuriat et la diplomatie en Afrique centrale a été recommandée pour différencier davantage DBS TV.

L'enjeu est de faire de cette orientation un fil conducteur pour les programmes, les partenariats et les offres destinées aux entreprises.

Des partenariats structurés

Des partenariats avec AREA Assurances et M4M ont été formalisés.

Ces collaborations illustrent l'importance de mobiliser des partenaires dont les compétences et les objectifs peuvent contribuer à la concrétisation des initiatives.

Un nouveau format : *MASTER CHEF DE L'ENTREPRENEURIAT — THE ART OF RISING

Le lancement de ce format représente une traduction concrète de la volonté de rapprocher l'univers audiovisuel de celui de l'entreprise et de l'entrepreneuriat.

Il ouvre un espace de prise de parole, de réflexion et de valorisation des initiatives entrepreneuriales.

Une émission sous forme de petit-déjeuner exécutif organisé à l'Hôtel Akwa Palace, et qui réunit 25 dirigeants à chaque session.

Une dynamique de collaboration à poursuivre

L'ensemble de ces initiatives témoigne d'une mise en mouvement autour du positionnement stratégique de DBS TV.

Leur portée économique à long terme devra être appréciée au regard d'indicateurs complémentaires : engagement des annonceurs, renouvellement des partenariats, revenus générés, performance des formats et développement de l'audience.

Cette distinction entre réalisations, résultats commerciaux et impacts mesurés est essentielle pour piloter durablement la transformation.

06

Le témoignage de DBS TV

> *« L'accompagnement de PHARAON ADVISORY a été un véritable déclencheur. Leur expertise nous a permis de voir ce que nous ne voyions plus : notre capacité à créer de la valeur pour le public qui nous fait l'honneur de nous regarder. Cela demande de souvent se réinventer, mais surtout de faire appel à toutes les énergies et expertises disponibles pour sortir des sentiers battus. Suivant le plan stratégique qui nous a été livré, et grâce à la sagacité de M4M, les résultats sont manifestes, et ce n'est que le début. »*
>
> **--- Moussa Ousseini, Coordonnateur Général de DBS TV**

07

Ce que cette expérience enseigne aux dirigeants africains

L'expérience DBS TV met en lumière plusieurs enseignements qui dépassent le secteur audiovisuel.

1 **Le potentiel ne devient un avantage que lorsqu'il est clairement valorisé**

Une entreprise peut posséder des ressources, des compétences et une bonne réputation sans parvenir à en tirer toute la valeur possible.

Le travail stratégique consiste notamment à identifier ce qui la distingue et à traduire cette singularité en une proposition compréhensible pour ses clients et ses partenaires.

2 **La diversification doit partir d'une proposition de valeur cohérente**

Ajouter de nouvelles activités ne suffit pas à construire un modèle économique plus solide.

Les nouveaux revenus doivent reposer sur des offres pertinentes, des clients identifiés, des partenariats cohérents et une capacité réelle à exécuter.

3 **Une stratégie doit se traduire en décisions et en initiatives**

Un positionnement n'a de portée que s'il influence les choix opérationnels : programmes, offres, partenariats, ressources et priorités.

C'est ce passage de la réflexion à l'action qui permet de rendre une orientation stratégique concrète.

4 **Les partenariats peuvent accélérer la mise en œuvre**

Une organisation n'a pas nécessairement besoin de tout développer seule.

Des partenaires complémentaires peuvent apporter des compétences, des réseaux et des capacités d'exécution. Encore faut-il clarifier les rôles, les objectifs et les conditions de collaboration.

5 **Les réalisations doivent être suivies par des indicateurs**

Le lancement d'un programme ou la signature d'un partenariat constitue une étape, pas une preuve suffisante de rentabilité.

Le pilotage doit ensuite permettre d'apprécier les résultats obtenus, les ressources mobilisées et la contribution réelle de chaque initiative aux objectifs de l'entreprise.

08

La démarche Pharaon Advisory

Pharaon Advisory accompagne les entreprises et les dirigeants dans leurs réflexions stratégiques, financières et organisationnelles.

Notre approche consiste à comprendre la situation réelle de l'organisation, à identifier ses priorités, à structurer les décisions nécessaires et à accompagner leur mise en œuvre.

À travers **ÉMERGENCE PME**, nous accompagnons les dirigeants qui souhaitent mieux comprendre leur entreprise, renforcer ses fondations et préparer sa prochaine étape de développement.

Notre ambition n'est pas de proposer des solutions standardisées, mais de travailler avec chaque dirigeant à partir de sa situation, de ses contraintes et de ses objectifs.

09

Et si votre entreprise avait, elle aussi, un potentiel à mieux valoriser ?

Votre entreprise n'est peut-être pas une chaîne de télévision. Mais certaines questions stratégiques sont universelles.

Votre positionnement est-il suffisamment clair ? Votre modèle économique repose-t-il sur des bases solides ? Vos ressources sont-elles mobilisées là où elles créent le plus de valeur ? Vos prochaines décisions sont-elles préparées avec suffisamment de recul ?

> **Avant d'accélérer, encore faut-il savoir ce qu'il convient de renforcer.**

Pour engager cette réflexion, Pharaon Advisory vous offre deux ressources :

- **Le Livre Blanc :** *Pourquoi 80 % des PME disparaissent-elles en moins de deux ans ? Et comment être dans les 20 % qui survivent ?*
- **Un premier diagnostic du « Corps » de votre entreprise**, l'une des cinq dimensions de notre approche, pour commencer à apprécier votre situation actuelle.

Ces ressources constituent un point de départ pour mieux comprendre vos enjeux et identifier les sujets à approfondir.

Accédez gratuitement à vos ressources

Rendez-vous sur notre tunnel pour découvrir les cadeaux proposés et le parcours ÉMERGENCE PME :

https://tunnel.pharaon-advisory.com

PHARAON ADVISORY
Conseil en stratégie, finance et transformation d'entreprises.

Téléphone et WhatsApp : +237 641 410 648
Email : emergence.pme@pharaon-advisory.com
Site web : www.pharaon-advisory.com