

OLIX

LIVRE BLANC · ÉDITION 2025-2026



L'apport du conseil en stratégie marketing pour les Start-up & Scale-up

*Comment franchir les paliers critiques de
l'hypercroissance*

Introduction

Quand une start-up passe de 25 à 50 collaborateurs, ou qu'une scale-up engage une internationalisation, le marketing devient le maillon faible si la structuration ne suit pas le rythme. Ce livre blanc partage la méthode OLIX pour transformer le marketing en système de pilotage stratégique — sans recrutement senior coûteux ni risque RH.

1. Les 6 paliers critiques de l'hypercroissance

Les start-ups et scale-ups ne souffrent pas d'un manque d'idées marketing. Elles souffrent d'un empilement d'actions tactiques sans colonne vertébrale stratégique.

- Croissance plus rapide que la structuration
- Fondateur sur-sollicité, marketing sous-piloté
- Équipe marketing junior, vision stratégique absente
- Message de marque dilué par la diversification
- Explosion des coûts d'acquisition (CAC)
- Difficulté à passer un palier de maturité (Série A/B, international, CODIR)

2. Pourquoi externaliser plutôt que recruter un CMO ?

Un CMO senior en CDI représente 120 à 180 k€ chargés annuels, 6 à 9 mois d'onboarding et un risque RH élevé en cas de mismatch. À l'inverse, une direction marketing externalisée installe le cadre stratégique en 4 à 8 semaines, à 1 à 3 jours par semaine, avec une montée en puissance immédiate.

C'est aussi le bon vecteur pour préparer un recrutement futur : OLIX structure la fonction, crée le poste, le périmètre, les KPIs — puis transmet à un CMO interne quand la maturité le justifie.

3. La méthode OLIX en 4 temps

Audit interne (fondateurs, CODIR, équipes), audit externe (clients, prospects, benchmark concurrentiel), recommandations stratégiques (positionnement, alignement marketing-sales-produit, priorisation des canaux), puis pilotage opérationnel (RACI, rituels, KPIs).

- Clarification du positionnement et de la proposition de valeur
- Alignement Marketing / Sales / Produit
- Priorisation des 2-3 canaux à fort impact
- Pilotage data-driven (attribution, scoring, funnel)



Olivia PIERRE-SUBRAN — conférence OLIX

4. Cas client — Ithaque (rénovation énergétique)

Passage de 25 à 50 collaborateurs en moins d'un an, diversification multi-branches. OLIX a capté l'ADN entreprise en temps record et structuré un positionnement clair et impactant — permettant à l'équipe fondatrice de lancer le chantier identité dans les meilleures conditions.

« En un temps record, elle a su capter l'ADN de l'entreprise et structurer un positionnement clair et impactant. » — Baudouin de La Varende, co-fondateur Ithaque.

5. Gagner 6 à 12 mois d'avance concurrentielle

Le marketing externalisé n'est pas un support de croissance — c'est un accélérateur de paliers. En clarifiant le narratif marque, en alignant les équipes et en installant un pilotage rigoureux, les start-ups OLIX gagnent typiquement 6 à 12 mois sur leur roadmap, et transforment le marketing en actif valorisable lors d'une levée de fonds.

À retenir

- ✓ **Le marketing devient un système de pilotage stratégique, pas un empilement tactique**

- ✓ **Externaliser : 3 à 5x moins cher qu'un CMO senior, sans risque RH**
- ✓ **Effets visibles en 4 à 8 semaines, impact mesurable en 3 à 6 mois**
- ✓ **Marketing structuré = actif valorisable en due diligence**

Discutons de vos enjeux marketing

Premier échange de 30 minutes offert avec Olivia PIERRE-SUBRAN, fondatrice d'OLIX. Diagnostic personnalisé, recommandations stratégiques, et premières pistes d'actions pour structurer votre marketing.

Réservez votre diagnostic gratuit :

calendly.com/oliviaatolix/30min

Site : olix-direction-marketing-externalisee.fr

LinkedIn : Olivia PIERRE-SUBRAN