

# DEVELOPPER UN POSITIONNEMENT FORT

*mon* Odyssée Entreprendre®

Isabelle CHAM

Business mentor & coach - entrepreneure

Valorisez votre expertise à travers un  
business indépendant et prospère





© *mon* Odyssée Entreprendre 2018-2019

[www.isabellecham.com](http://www.isabellecham.com)

Demandes à adresser à :  
[contact@isabellecham.com](mailto:contact@isabellecham.com)

Tous droits du producteur et du propriétaire de ce produit sont réservés à tous les pays. Isabelle Cham, l'auteure, autorise la reproduction d'un exemplaire de ce livret pour usage personnel. Sauf autorisation, la duplication, la location, le prêt, l'utilisation de ce produit pour exécution publique sont interdites à des fins commerciales. Ce programme, les données y afférentes et d'autres éléments doivent donc être traités comme toute autre documentation sur laquelle s'exerce la protection par le droit d'auteur.

# Introduction

Un des premiers freins à l'entrepreneuriat est l'idée de devoir vendre ses produits alors que l'on n'a jamais exercé cette fonction avant !

Vous avez le sentiment de faire du porte à porte ou de la distribution de prospectus dans la rue !

Aujourd'hui  
ce n'est plus  
nécessaire !!!

# Aujourd'hui ce serait même contre-productif !

Vous pouvez descendre dans le rue pour faire vos sondages à chaud ou vous exercer comme Michel & Augustin à faire du buzz mais « harceler » les prospects n'a plus aucune efficacité.

Internet est  
passé par là !



Aujourd'hui tout le monde peut s'informer,  
comparer, évaluer, noter en ligne...  
l'information est une donnée gratuite et  
accessible à tout le monde.

Lorsqu'un client arrive sur votre site ou vers vous, il a déjà une idée de qui vous êtes, de ce que vous vendez, de ce que vous promettez et il connaît vos références.

Lorsqu'il entre en contact  
avec vous, c'est qu'il veut la  
solution que vous lui offrez +  
le résultat + le meilleur accueil

(combinaison : prix/qualité/service/attention portée au client) !

1

La première clé de votre développement va donc être  votre MARQUE.

Votre marque va devoir occuper une place particulière dans l'esprit de vos publics, audiences, prospects et bien entendu encore plus dans l'esprit de vos clients.

Pour développer une marque forte et un positionnement fort, vous devez avoir avant tout, une philosophie quant à tout ce que vous voulez entreprendre à l'avenir.

# 2

La deuxième clé de votre développement va être  votre vision.

Sans vision, votre ligne d'horizon va bouger en permanence et vous aurez du mal à développer vos activités.



Pourquoi ?

Parce que vous allez connaître des changements et des évolutions permanentes et que vous devez en tant qu'entrepreneur, capter les signaux de votre marché et vous adapter en permanence mais sans perdre votre objectif.

Facile à dire,  
complexe à  
appliquer !

Voici les consignes pour développer une  
marque forte et une vision claire de votre  
projet pour avoir un positionnement fort sur  
le marché



Comment avoir un positionnement fort

# Développez une philosophie



1 ■

**Développez votre propre philosophie dans tout ce que vous entreprenez**

- \* C'est à la fois votre ligne de conduite, votre politique qualité, le choix d'innover, de travailler le design...
- \* C'est surtout votre pour quoi, c'est-à-dire pour quoi vous prenez des risques et vous créez une entreprise ? Que voulez-vous apporter ? Que voulez-vous changer ? A quoi croyez-vous ? De quoi vous ne voulez plus en contrepartie ? ...

# Ne cherchez pas à plaire

## 2. ■ Soyez unique et intéressez-vous à des segments de marché non couverts ou partiellement couverts

- \* Vous ne pouvez servir efficacement qu'une partie du marché. Si vous cherchez à vendre à tout le monde, vous ne vendrez à personne !
- \* Votre philosophie est ce qui vous rend unique sur le marché. Les gens achètent d'abord à travers vous et vos engagements.
- \* Mieux vaut servir parfaitement 1000 clients (surtout au début) et leur vendre tous vos produits ou suivre leurs besoins sur une période donnée, que de vendre à 10.000 clients et ne rien comprendre de leurs besoins. Une marque est aussi difficile à construire que facile à détruire !

**on ne peut pas plaire à tout le monde  
ni aimer tout le monde.**

**Mais**

**on peut respecter tout le monde !**





# Pratiquez la transparence



## 3 ■ Il y a du pouvoir dans la vérité !

- \* Les gens peuvent s'informer facilement aujourd'hui sur votre marque !
- \* Pratiquez l'authenticité et la transparence si vous voulez leur adhésion
- \* Demandez-vous toujours ce que vos clients ont besoin d'entendre ? En quoi vous pouvez les faire progresser chaque fois que vous prenez la parole ?

# Agissez !

## 4 ■

### **Un positionnement fort ne se trouve jamais dans un livre !**

- \* Agissez, passez à l'action, c'est en agissant que vous pouvez trouver le meilleur positionnement à adopter sur le marché.
- \* Tous les entrepreneurs tâtonnent et en particulier ceux qui ont réussi à l'échelle internationale (Honda, Disney, Appel, Microsoft,...)
- \* Réalisez un SWOT (voir page suivante) mais laissez-vous aussi du temps pour avoir un retour d'expérience. Pour lancer une idée et la tester, il faut en moyenne 16 à 18 mois. Soyez patient et agissez maintenant !



# Trouvez le fil d'or

## 5. Trouver son fil d'or c'est trouver la démarche de qualité qui amène vos clients à vous

- \* Créez de la valeur autour de vous chaque fois que vous prenez la parole ou que vous intervenez. Ne « fatiguez » pas vos interlocuteurs juste pour occuper l'espace public.
- \* Affranchissez-vous de la technique, apprenez à l'utiliser. Aujourd'hui nous disposons de moyens tellement exceptionnels pour faire notre Professional Branding, notre Personal Branding et surtout pour offrir des expériences à nos prospects pour qu'ils comprennent la valeur de ce que nous leur apportons (produits et services inclus).



# Décrivez ce que vous faites



## 6

### ■ Votre produit n'intéresse personne !

- \* Ce qui intéresse les gens c'est l'impact que vous créez dans leur vie et ce à quoi vous contribuez autour de vous, ce qui leur donne l'impression d'acheter un produit « utile », « valable », « éthique »... même s'ils consomment du futile. Nous ne sommes plus dans une économie de l'offre mais une économie collaborative. Et ce qui prédomine aujourd'hui c'est l'offre qui englobe le « vivre ensemble », le « contribuer ensemble », voire le « réparer ensemble »...
- \* Décrivez pourquoi, pour quoi (en deux mots) et comment vous faites ce que vous faites.

# Ne vous dispersez pas



7

- **Restez concentrés sur vos objectifs et endurants dans vos efforts**
  - \* Créez UN produit et faites-le grandir, améliorez-le sans cesse
  - \* Sinon vous créez de la médiocrité !

# Montrez, n'affirmez pas !

## 8

■ N'affirmez pas ! N'autoproclamez pas !



- \* Montrez vos preuves sociales (témoignages clients, experts de votre réseau, sortez à des événements, montrez-vous, participez à des Hackathons, des jeux, des Think-Tank, des Do-Tank, des Thinking Design sessions...)
- \* Chaque fois que vous devez affirmer quelque chose, donner des exemples concrets, des illustrations, produisez des animations, des dessins, des sketches qui racontent une transition, des caricatures, des histoires, des jeux didactiques ...



# Vendez ce que vous connaissez

9. **Ne cherchez pas à copier la concurrence ou à vous improviser sur des sujets que vous ne maîtrisez pas**
- \* Vos clients ont besoin de votre expérience. Ne vendez pas que votre produit : vendez votre expérience pour bien utiliser votre produit ou changer quelque chose dans la vie de votre client. C'est pour cela qu'il est important que vous vous sentiez pleinement investi par ce que vous vendez et concerné par le résultat que vous cherchez à procurer à vos clients.
  - \* Ne jugez jamais vos clients. Vos clients expriment plus facilement ce qui ne va pas que ce qui va. Essayez de les accompagner pour qu'ils aient la meilleure expérience de votre produit, y compris s'ils décident d'aller ailleurs !



# Soyez visible

## 10. La visibilité aujourd'hui c'est tout !

- \* Si les clients ne vous voient pas, ils ne vous achèteront pas !  
Dès la phase de réflexion de votre produit ou de votre service, demandez-vous comment vous allez construire votre stratégie digitale pour bâtir votre visibilité. Cela se fait avec des moyens extraordinairement ouverts de nos jours mais cela prend aussi du temps ! N'attendez pas trop longtemps pour vous y mettre.
- \* La visibilité est une combinaison entre votre positionnement, la qualité de vos produits et la visibilité de votre entreprise (ou de vous-même).



Votre entreprise a besoin  
de vous et de vos valeurs  
cardinales