

CAHIER

Votre positionnement

(Faites la synthèse des autres questionnaires)

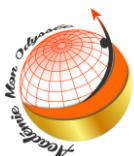
© *mon Odyssée* ENTREPRENDRE 2018- 2019 – www.isabellecham.com

Les demandes sont à adresser à :

Isabelle Cham

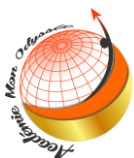
contact@isabellecham.com

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.



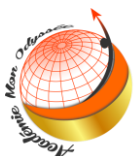
Quel sont vos messages clés et votre positionnement

Tous les questionnaires précédents doivent vous permettre à aboutir à avoir les idées claires sur ce que vous recherchez à travers votre projet entrepreneurial et à définir vos avantages concurrentiels. Reste le plus difficile : la synthèse.

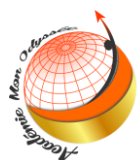


Consignes

Vous avez pris l'habitude tout au long des précédents questionnaires de prendre du recul dans le calme et de faire votre introspection pour dégager les lignes de force de votre vie et de vos expertises. Ici il s'agit de rassembler toutes ces informations en quelques notions claires qui vont vous servir à avoir un plan, une tactique et une communication claire pour la suite. Reprenez vos notes précédentes, surligner dans un premier temps les mots clés qui vous semble résumer le mieux qui vous êtes et votre vision des choses et répondez aux questions suivantes en maximum 2 lignes.

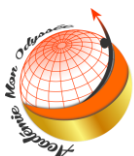


Grille

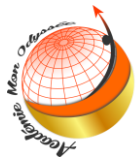


POTISIONNEMENT ET MESSAGES CLES

Qui aidez-vous ou qui voulez-vous aider ?	
Quel est votre Pourquoi ?	
Quelle est votre promesse client ?	
Comment décririez-vous ce que vous promettez ?	
Quels sont les résultats que vous offrez à votre client ?	
Pourquoi vos clients peuvent-ils vous faire confiance ? (En quoi êtes-vous crédible ?)	

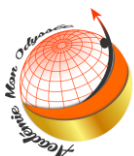


<p>Quels bénéfices apportez-vous à vos clients ?</p>	<ol style="list-style-type: none">1.2.3.4.5.6.7.8.9.10.
<p>Notes personnelles</p>	

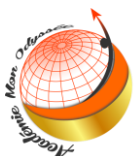


Quelques aides pour comprendre les questions

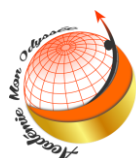
<p>Qui aidez-vous ou qui voulez-vous aider ?</p>	<p>Votre produit s'adresse à des prospects qui ont une difficulté à résoudre ou un manque. Sinon ils n'achèteront pas votre produit. Est-ce que la concurrence sert partiellement ou pas du tout ce que vous proposez ? Est-ce que vous avez une innovation à proposer ? Est-ce que vos clients sont désespérés par rapport à une question ? ...</p>
<p>Quel est votre Pourquoi ?</p>	<p>Pourquoi avez-vous envie de créer une entreprise ? Pourquoi voulez-vous vendre ce type de produit ? Contre quoi lutez-vous ou qu'espérez-vous changer à travers votre produit ? Qu'est-ce qui vous motive pour prendre des risques ?</p>
<p>Quelle est votre promesse client ?</p>	<p>Si votre client achète votre produit que lui promettez-vous exactement ? (soyez honnête et ne promettez pas la lune sans donner d'exemple ou de preuve ! Les preuves peuvent être votre expérience ou vos prises de conscience mais aussi toutes les preuves sociales que vous apportez).</p>
<p>Comment décririez-vous ce que vous promettez ?</p>	<p>La promesse doit tenir en une phrase. Expliquez ici le contexte. Par exemple vous promettez d'apprendre quelque chose en 3 jours. Ici décrivez pourquoi personne n'a pu tenir cette promesse avant vous (par exemple parce que vous vous basez sur une nouvelle technique pédagogique !).</p>
<p>Quels sont les résultats que vous offrez à votre client ?</p>	<p>La promesse est ce que votre client va obtenir. Par exemple d'apprendre le japonais en 3 jours. Mais ici expliquez tout ce que cela va changer dans la vie de votre client. Par exemple qu'il va être en mesure d'ouvrir ses marchés en Extrême Orient ou de solliciter des candidatures de job dans plus de pays....</p>



<p>Pourquoi vos clients peuvent-ils vous faire confiance ? (En quoi êtes-vous crédible ?)</p>	<p>Donnez ici toutes vos preuves sociales : témoignages clients, interventions experts, récompenses, trophées, diplômes, expériences, chiffres...</p>
<p>Quels bénéfices apportez-vous à vos clients ?</p>	<p>Vous pouvez réellement faire la différence sur le marché dès lors que vous avez au moins 3 bénéfices à apporter à votre client. Si vous en avez plus parfait mais ce n'est pas la quantité qui compte, c'est de répondre précisément à une attente mal servie sur le marché actuellement. Concentrez-vous là-dessus et n'hésitez pas à réévaluer vos réponses dans le temps.</p>



Et après ...



Ce travail de synthèse n'est pas un aboutissement, c'est le commencement. A partir de maintenant agissez, continuez de construire votre projet jour après jour et à affiner ces premières conclusions. A ce stade vous n'avez fait que 50% du travail de positionnement. Maintenant le marché doit vous aider à comprendre les besoins réels de vos clients idéaux. Commencez par étudier plus en détails la concurrence. La concurrence a l'avantage d'avoir ouvert votre marché. Observez en détails comment elle se présente, comment elle évolue et cherchez vos propres niches. C'est un travail sans fin. Bienvenue dans le monde entrepreneurial. Vous pouvez vous féliciter d'avoir assimilé la méthode pour créer n'importe quel nouveau produit à l'avenir...

Bravo à vous !

