

Marketing digital

Définir son client idéal

Partir de vrais besoins avant de préparer son contenu.

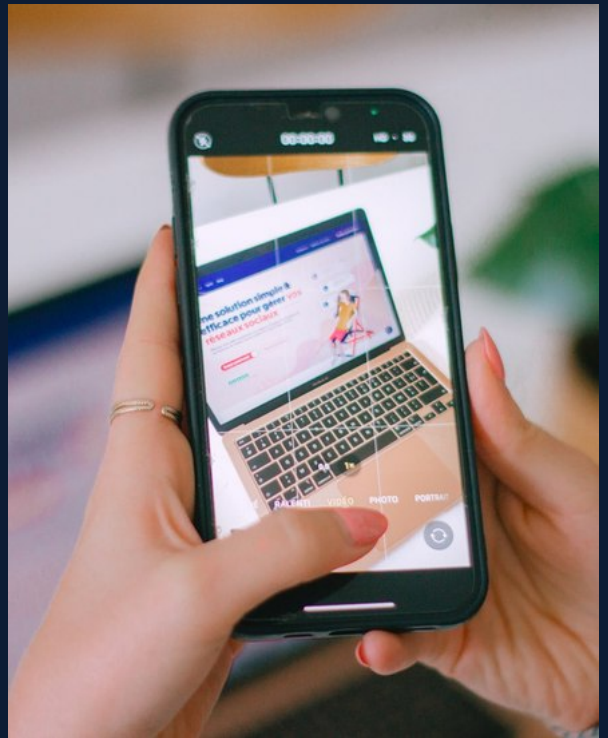


Photo d'illustration : Swello / Unsplash

OBJECTIF DE CE PREMIER MODULE

Créer une première fiche client fondée sur des observations plutôt que sur des suppositions.

LE PARCOURS • 8 MODULES PLANIFIÉS

- 01 **Positionner son offre**
- 02 **Publier avec méthode**
- 03 **Mesurer et améliorer**

Définir son client idéal

01 • Le problème

Décrivez une situation précise : qui cherche une solution, dans quel contexte et pourquoi maintenant ? Une catégorie large comme « tout le monde » ne guide aucune décision.

02 • Les preuves

Écoutez les questions, objections et mots employés par des personnes réelles. Cinq échanges courts valent mieux qu'un portrait inventé de toutes pièces.

03 • L'offre

Reliez une caractéristique du produit à un besoin cité par ces personnes. Donnez le prix et les conditions clairement, sans promettre un résultat que vous ne pouvez pas démontrer.

Cas guidé • accessoires de téléphone

Une vendeuse pense que « les étudiants » veulent tous le même chargeur. Après cinq conversations, elle découvre deux attentes différentes : compatibilité du modèle et délai de remplacement. Elle crée deux explications courtes avec des photos et indique la disponibilité réelle.

Votre fiche pratique

Interrogez cinq personnes susceptibles d'utiliser votre offre ; notez leurs mots exacts avant d'écrire une publication.

01 Quel besoin apparaît le plus souvent ?

02 Quelles questions reviennent avant l'achat ?

03 Qu'est-ce qui fait hésiter ou renoncer ?

04 Quelle phrase résume votre offre sans exagération ?

VÉRIFICATION PERSONNELLE

- ☐ J'ai parlé à cinq personnes.
- ☐ Je distingue faits et hypothèses.
- ☐ Mon message précise à qui l'offre s'adresse.

Méthode de travail Novaliko Learning · entretiens et fiche d'audience. · Les témoignages et résultats de clients doivent être présentés avec exactitude.