

ASCENSIUM CONSULTATION

Du Chaos à l'Harmonie

CAHIER DE TRAVAIL 1

Clarifier son offre et

identifier son client idéal

« À qui parle-t-on si on parle à tout le monde ? Personne. »

Phase 3 - Croissance et pérennisation

Programme "Du Chaos à l'Harmonie"

Nom : _____

Date : _____

SECTION 1 : MON OFFRE EN TOUTE CLARTÉ

Les gens n'achètent pas un service, ils achètent une TRANSFORMATION. Cette section t'aide à clarifier exactement ce que tu offres et la valeur que tu apportes.

1. Qu'est-ce que je vends concrètement ? (Liste tes produits/services principaux)

2. Quelle TRANSFORMATION j'apporte à mes clients ? (Pas le service, le RÉSULTAT)

Décris le AVANT et le APRÈS de ton client :

3. Quel problème principal je résous ?

Le problème #1 qui fait que les gens viennent vers toi :

4. En quoi suis-je DIFFÉRENTE de mes concurrents ?

Ta sauce secrète, ton unicité, ce qui te distingue :

5. Pourquoi quelqu'un devrait choisir MOI plutôt qu'une autre ?

Mon Elevator Pitch

STRUCTURE DE L'ELEVATOR PITCH

J'aide [QUI - ton client idéal]
à [TRANSFORMATION - le résultat qu'ils obtiennent]
grâce à [COMMENT - ta méthode/approche unique]

6. Mon Elevator Pitch en 30 secondes :

Écris-le, puis pratique-le à voix haute jusqu'à ce qu'il soit naturel :

SECTION 2 : MON CLIENT IDÉAL (AVATAR)

Plus tu connais ton client idéal en profondeur, plus ton message sera percutant et attirera les BONNES personnes.

Données démographiques

1. Genre, âge, situation familiale :

2. Situation professionnelle (poste, type d'entreprise, revenus) :

3. Localisation géographique :

Données psychographiques

4. Ses 3 plus grandes DOULEURS / FRUSTRATIONS :

Ce qui l'empêche de dormir, ce qui la frustre au quotidien :

5. Ses 3 plus grandes ASPIRATIONS / RÊVES :

Ce qu'elle veut vraiment atteindre, la vie qu'elle imagine :

6. Ses PEURS par rapport à ton type de service :

Ses objections internes, ce qui pourrait la retenir d'acheter :

Données comportementales

7. OÙ la trouve-t-on ? (Plateformes, événements, groupes, associations)

8. À quels canaux fait-elle confiance pour prendre une décision d'achat ?

Google, recommandations, réseaux sociaux, avis, influenceurs... :

9. Les 3 choses les plus importantes pour elle (encercle) :

Prix • Qualité • Service • Rapidité • Flexibilité • Fiabilité

SECTION 3 : STRATÉGIE DE TARIFICATION

LES 6 STRATÉGIES DE TARIFICATION

1. Basée sur les coûts : Prix = Coûts + Marge (idéal pour volumes)
2. Basée sur la valeur : Prix selon la valeur perçue ★ (recommandé pour services)
3. Écrémage : Prix élevé au lancement, puis baisse progressive
4. Offre groupée : Packages qui augmentent la valeur perçue
5. Pénétration : Prix bas pour gagner des parts de marché
6. Premium : Prix élevé = positionnement qualité ★ (le Saint Graal!)

1. Quelle stratégie de tarification correspond le mieux à mon positionnement ?

2. Mes tarifs actuels :

3. Est-ce que mes prix reflètent vraiment ma valeur ? Pourquoi ?

4. Si je devais augmenter mes prix de 20%, qu'est-ce qui changerait ?

Le piège du prix réduit

POURQUOI NE JAMAIS BRADER TES PRIX

- Tu attires des clients qui valorisent le PRIX, pas la QUALITÉ
- Tu DÉVALUES ton expertise et ton positionnement
- Tu crées un PRÉCÉDENT difficile à renverser
- Tu envoies un message de DÉSESPOIR
- Tu te mets en mode SURVIE au lieu de PROSPÉRITÉ

5. Dans quelles situations suis-je tentée de réduire mes prix ?

6. Qu'est-ce que je pourrais offrir EN PLUS au lieu de baisser le prix ?

Bonus, accompagnement supplémentaire, garantie, plan de paiement... :

SECTION 4 : MON ENTONNOIR DE VENTE

L'entonnoir de vente représente le parcours de ton client, de la découverte à l'achat et au-delà.

1. SENSIBILISATION : Comment les gens découvrent-ils mon existence ?

2. INTÉRÊT : Comment je capte leur attention et crée l'intérêt ?

Contenu, lead magnets, ressources gratuites... :

3. CONFIANCE : Comment je bâtis la confiance avant la vente ?

Preuves, témoignages, contenu éducatif, présence... :

4. ACTION : Comment je les amène à acheter ?

Appel à l'action, offre, urgence, processus de vente... :

5. FIDÉLISATION : Comment je garde mes clients et génère des références ?

MES NOTES PERSONNELLES

*« Du chaos naît l'harmonie,
de la clarté naît la croissance. »*

ASCENSIVM CONSULTATION INC.

www.ascensivmconsultation.com

Rigueur • Clarté • Humanité