

# Qui est votre client idéal ?

PAR BRENDA  
LAVELL DE  
PHYDEAUX  
DESIGNS

<p><b>NOM, SEXE, AGE</b></p> <p><b>SITUATION FAMILIALE</b> (nom du partenaire, sexe, âge )</p> <p><b>ENFANTS</b> (Noms, sexe, âge)</p> <p><b>EDUCATION</b></p> <p><b>SITUATION GEOGRAPHIQUE</b> (Maison &amp; travail)</p>	<p><b>LOISIRS</b></p> <p><b>ÉMISSIONS TÉLÉ ET FILMS PRÉFÉRÉS</b></p> <p><b>LIVRES ET MAGAZINES PRÉFÉRÉS</b></p> <p><b>BLOGS ET RÉSEAUX SOCIAUX PRÉFÉRÉS</b></p> <p><b>OCCUPATION PRÉFÉRÉE</b> (lors qu'il/elle ne travaille pas)</p>
<p><b>BESOINS</b> Exemple : des bijoux modernes pour les oreilles sensibles</p>	<p><b>EN QUOI VOTRE PRODUIT RÉPOND À CHAQUE BESOIN</b> Exemple : vos attaches en or 24 carat, votre design contemporain</p>
<p><b>PROBLEMES</b> Exemple : n'arrive pas à trouver des boucles d'oreille de mariée exceptionnelles</p>	<p><b>EN QUOI VOS PRODUITS RÉSOLVENT CHAQUE PROBLÈME</b> Exemple : vos boucles d'oreille en perles et diamant brut</p>

## INSTRUCTIONS

**Comprendre votre client – en détail – est essentiel pour mettre en place un marketing efficace qui touche les vrais fans de votre travail. Comprendre les besoins et les problèmes de votre client idéal, et identifier vos produits qui y répondent et comment ils y parviennent est tout aussi important.**

Définissez votre client idéal de la manière la plus détaillée possible – vous pouvez aller plus loin que les questions de cette feuille de travail, de son apparence à ses produits de soin favoris, à ses aliments préférés, et plus encore.

Définissez également les problèmes de votre client.

Les bons produits – et le bon marketing – résolvent les problèmes. Vos produits et services devraient résoudre les problèmes de votre client idéal. Les problèmes peuvent concerner la recherche d'un cadeau personnalisé pour un premier anniversaire de rencontre, des vêtements de naissance en coton organique, des brownies végétaliens ou un cadeau de mariage unique.

Identifier les intersections entre les besoins et problèmes de votre client avec vos produits et services vous permettra de créer votre contenu marketing. Vous savez maintenant quoi raconter à votre marché de niche et à votre client idéal fictif. Vous pouvez plus facilement identifier les contenus à aborder sur votre blog, le type de liens à partager sur vos réseaux sociaux, et comment rédiger vos titres, descriptions et tags de produits.

Lorsque vous obtenez des retours de la part de vos clients ou de vos fans sur les réseaux sociaux, n'hésitez pas à retravailler votre client idéal. Et votre client idéal va évoluer au fil du temps, au fur et à mesure de l'évolution et du développement de gamme de produits et de services. C'est un exercice qu'il est utile de faire régulièrement, et qui a un rôle essentiel lorsque vous commencez à envisager de nouveaux produits ou services.

Par ailleurs, notez qu'il s'agit de votre client idéal pour votre entreprise actuel, pas pour l'entreprise que vous auriez aimé avoir ou une entreprise gérée par quelqu'un d'autre. Si votre travail ne répond à aucun besoin et ne résout aucun problème, vous devriez peut-être repenser ce que vous proposez.

Et bien que de nombreux vendeurs qui ont réussi aient commencé par répondre à leurs propres besoins, vérifiez bien que votre client idéal ne vous ressemble pas trait pour trait.

Enfin et surtout, amusez-vous en faisant cela ! Parlez de votre client idéal avec votre famille et vos amis.

Souvenez-vous qu'il n'y a pas vraiment de bonne ou de mauvaise réponse, tant que votre client idéal correspond bien à votre activité, à vos produits et à vos services.