



CEDRIC CORNELOUP

Ton guide jusqu'au bout du tunnel

Comment trouver un nouveau client par jour avec LinkedIn



Mais tout d'abord qu'est-ce qu'un client idéal ?

C'est une excellente question ! Le client idéal, ou buyer personae, ou encore l'avatar client, désigne, comme son nom l'indique, le client dont tu rêves. C'est celui qui va se précipiter en premier pour acheter tes produits ou tes formations.

Il est primordial, avant de te lancer dans un business ou conquérir un nouveau secteur d'activité, de définir quel est ton avatar. Ne prends pas cette tâche à la légère, car c'est le socle fondamental qui va au final te permettre d'augmenter tes revenus.

Parce que lorsque tu vas mettre en place tes produits ou tes formations, tu dois absolument savoir si ton avatar de client idéal voudrait acheter ou non. Si ce que tu lui proposes correspond

Lors de cette recherche ou de cette élaboration, tu dois te mettre à sa place et te demander mais très franchement : est-ce qu'il (ou elle) l'achèterait.

Par exemple, si ton avatar client est un jeune chef d'entreprise de 25 ans, est-ce qu'il achèterait une semaine de vacances dans un bed&breakfast familial, ou bien est-ce qu'il choisirait plutôt un week-end en amoureux à la montagne ?

Bien entendu il opterait plutôt pour la seconde option, car il est fort à parier qu'à son âge il n'a pas encore fondé de famille.

Voici mes deux conseils avant de créer ton avatar :

- Crée-le à partir d'exemples que tu as dans ton entourage. Si tu as un ami qui est gérant de restaurant, conçoit ton avatar en le calquant sur cet ami. Mais attention, ne fais pas ça dans le but de lui vendre tes produits. L'expérience m'a montré que ce genre de souhait n'arrive que très peu en fait. Les amis et la famille sont tes pires clients !
- Une fois que cet avatar sera créé et ensuite ton 1er produit, demande à cette relation à partir de laquelle tu t'es inspiré achèterait celui-ci. Et si c'est non, demande-lui quels sont les points de blocage. Et de fait, tu peux réajuster le tir.

Maintenant, on va pouvoir commencer à créer notre avatar. Pour cela, arme-toi d'un bloc notes, physique ou virtuel, et répond aux différents points qui vont suivre.

2

Quel est son prénom ?

Tu trouveras cela peut-être stupide, mais la 1ère des choses à faire est de lui donner un prénom. Cela permet déjà de le différencier des autres – eh oui, tu vas certainement créer plusieurs avatars par la suite ! Et puis aussi, en lui donnant une identité, même si elle est virtuelle, tu vas pouvoir matérialiser ton avatar, et donc donner du crédit à l'exercice que tu es en train de faire avec cet article.



Et puis aussi mine de rien, son prénom va pouvoir déterminer :

- Son sexe : donc à priori et sans être sexiste, ses aspirations générales;
- Sa classe d'âge et ses habitudes générales : on ne s'imagine pas d'avoir un Gérard qui a 25 ans, même si ça doit exister. A contrario, une Cynthia ne pourra pas avoir à priori 55 ans, sauf si elle est américaine. On verra volontiers un Jacky dans le tuning automobile, et une Marie-Chantal décoratrice d'intérieur. L'inverse sera plus difficilement concevable.

N'oublie pas d'être cohérent dans la conception du profil de ton client idéal. Et cela commence bien entendu par le prénom.

3

Quel est son âge ?

Bon, pas la peine de m'étaler sur ce que j'ai dit dans le point précédent. Mais là encore, son âge va déterminer ce qu'il recherche. Et pour te donner encore un

cas extrême, je ne connais pas d'exemple d'avatar client ayant 55 ans et dont le loisir principal est de faire du skate board. Pareillement, un buyer personnae qui a 22 ans aura à priori peu d'affect pour la philatélie.

Bref, si tu souhaites vendre des skates boards, vise plutôt la classe 14-25 ans. Et si tu es dans la vente de timbres, il est vraisemblable que ton avatar aura plus de 45 ans.

4

Quel est son sexe ?



Forcément, on affine le portrait de notre avatar client en déterminant son sexe. Pas la peine de te faire un dessin et de te dire que dans de nombreux cas, le sexe va définir les choix généraux et sa mentalité par rapport à une prestation de service ou des produits.

Maintenant on passe dans le vif du sujet.

- Que pense-t-il et qu'il n'ose pas dire publiquement ?
- Quelles émotions sont réveillées par ce problème ?

5

Quel est son mode de pensée ?

Pour compléter cette rubrique, plusieurs sous questions peuvent la compléter :

- Quelle est sa préoccupation majeure ?

- Qu'est-ce qui lui passe par la tête du matin jusqu'au soir ?
- Comment pense-t-il pour résoudre son problème principal ?
- Que pense-t-il et qu'il n'ose pas dire publiquement ?
- Quelles émotions sont réveillées par ce problème ?

6

Quel est son environnement ?

- Quelle est son apparence physique ? A quoi ressemble-t-il ? Comment s'habille-t-il ?
- Dans quel type de logement vit-il ?
- Où se situe ce logement ? En ville ? A la campagne ?
- Quels sont ses types de fréquentations ?
- Quels sont ses loisirs ?

7

Ce qu'il voit

- Quand ou comment son problème se manifeste-t-il dans la journée ?
- Quelles sont les solutions qu'on lui a proposées pour le résoudre et pourquoi cela n'a pas marché pour lui ?

8

Entre ce qu'il dit et ce qu'il fait...

- Quelle est son attitude en général dans la vie ?
- Quelles sont les solutions qu'il a essayées pour résoudre son problème (cela peut être différent de la question similaire du point numéro 7) ?

- Comment parle-t-il de son problème ?
- Y a-t-il une différence entre la manière dont il parle de ce problème et la manière dont il pense et agit par rapport à ce problème ?

9

Ce qu'il entend

- Que lui disent ses amis, ses collègues et sa famille ?
- Quels sont les médias qu'il regarde ou écoute ?
- Comment perçoit-il toutes ces échos et comment cela l'influence-t-il ?

10



Quels sont ses problèmes ?

- Est-ce un problème réel et concret ou est-ce un problème issu de son imagination ?
- Qu'est-ce qui le bloque dans sa réussite ?
- Quelle(s) frustration(s) ce problème

engendre-t-il ?

- Quel(s) sentiment(s) négatif(s) ce problème entraîne-t-il ? Peur, colère, résignation, etc.
- Qu'est-ce qu'il n'ose pas faire ? Quelles sont ses peurs ?

11

Que désire-t-il ?

- Pour lui, qu'est-ce que le succès ?
- Pourquoi est-ce si important pour lui ?
- Quelle(s) émotions(s) le succès suscite chez lui ?

- Qu'est-ce que le succès va-t-il changer chez lui ? Dans ses relations ? Dans sa façon d'envisager les choses ? Dans son train-train habituel ?

12

Et pour conclure...

Maintenant ton avatar est prêt. Relis-le et fais-le relire plusieurs fois avec tes amis, ta famille, etc. Histoire d'avoir un œil extérieur. N'oublie pas qu'il faut que ce template d'avatar client que tu en auras ressorti doit être cohérent et doit correspondre à ce que tu peux apporter. Si par exemple dans un premier temps tu dis que ton avatar se laisse facilement influencer par sa famille et que dans un second tu dis qu'il sait ce qu'il veut et n'écoute que lui-même, forcément il y a un problème.

Sois aussi très clair dans tes réponses, et bien entendu complète toutes les questions avec la plus grande des attentions.

Lorsque cela sera fait, alors tu pourras commencer à réfléchir à un produit et non l'inverse !

Surtout ne compose pas un avatar client en fonction d'un produit que tu aurais déjà créé. Tu aurais toutes les chances de ne pas vendre ce produit.

Il faut que cette création soit vierge de toute influence de produit ou de service que tu aurais déjà mis en place.

Et c'est ensuite que tu vas réfléchir à ce que tu vas pouvoir apporter à cet avatar. Je t'invite à regarder cette vidéo concernant les tendances du marketing digital pour la décennie 2020.

Cela pourra influencer encore mieux ton client idéal à acheter tes produits.