

# WORK *Book*

**Je comprends ma cible  
et ses besoins. Je sais  
où les trouver.**

**POUR QUE “BUSINESS”  
RIME AVEC “PLAISIR”**



# BIENVENUE

---

## **Félicitations pour ta décision de t'offrir ce Workbook.**

Nous l'avons créé pour les entrepreneur.es qui ont envie de piloter leur business en autonomie !

Nous c'est Ellen et Barbara, nous sommes formatrices et consultantes et depuis plus de 10 ans, nous accompagnons les entrepreneur.es passionné.es à vivre de leur métier.

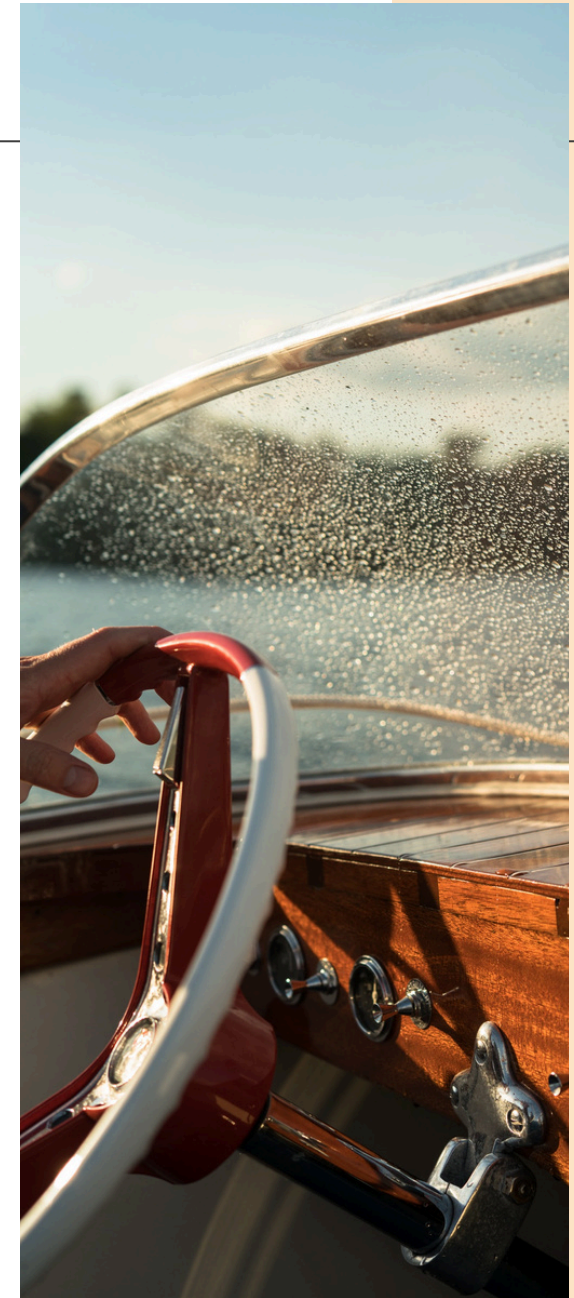
Ce workbook est l'une des pièces du puzzle « structuration » utile pour poser les bases de ton entreprise. Tu y trouveras donc des exercices pratiques qui répondent à un besoin précis. Ces exercices nous les utilisons régulièrement pour notre propre entreprise et pour celles de nos clients.

C'est un outil pratique que tu peux utiliser à chaque fois que tu sens que ton discours de vente n'est pas fluide, ton offre ne se vend pas aussi facilement que tu le souhaites ou encore tes clients ne partagent pas tes valeurs.

Nous te demandons de le garder pour toi, afin que d'autres puissent pleinement faire le choix de se l'offrir.

Pour rendre les exercices encore plus efficaces, voici nos premiers conseils :

- Pose dans ton emploi du temps des moments dédiés à ce travail,
- Installe toi dans un lieu qui t'inspire et où tu te sens dans l'énergie pour discuter tranquillement avec ton entreprise.



## Mais à quoi cela sert-il de définir le client cible et de comprendre ses besoins ?

Bien connaître la cible de son offre constitue une démarche importante pour mettre en place une stratégie commerciale efficace. Cela permet d'identifier notamment ses besoins, ses douleurs... et de vérifier que ton offre y réponds. Cela permet également de comprendre le quotidien de ta cible pour savoir où les trouver et comment lui parler.



### CLIENT

Le mot "client" désigne une personne ou une structure qui achète ou utilise un produit ou un service contre paiement. Il existe des clients internes, externes, réguliers ou occasionnels.

En économie, le client est la personne ou la structure qui prend la décision d'acheter un bien ou service, de façon occasionnelle ou habituelle, à un fournisseur.



# DÉFINIR LA CIBLE

Cela va au-delà d'informations démographiques (ex : Je m'adresse aux femmes et il y en a x dans mon secteur...).

Nous te proposons ici d'identifier et comprendre les réelles motivations des futurs clients - qu'elles soient professionnelles ou personnelles - leurs objectifs, leurs problématiques, leurs comportements d'achat...

Les intérêts à définir cette cible : vérifier que ton offre réponde à un réel besoin, vérifier sa cohérence, adapter ton discours, améliorer ta stratégie de prospection...

Pour cela, tu vas dresser le portrait-robot de la clientèle type pour chacune de tes offres. Tu peux te servir de ton expérience et de ta connaissance du marché, faire des interviews de clients ou de prospects, des recherches sur internet...

**1 offre = 1 profil cible**



# À TOI, PASSE À L'ACTION

Pour décrire le client cible d'une offre, commence par répondre à ces questions.

## TITRE DE L'OFFRE :

- *Liste les caractéristiques communes des clients de cette offre (âge, sexe, profession, situation familiale...). As-tu le nom d'une personne en particulier qui pourrait représenter ce client cible ?*



- *Que pense-t-il ? Que ressent-il ? (ses émotions, ses rêves...)*



— *Qu'entend-il autour de lui ? (famille, amis, média...)*



— *Que voit-il au quotidien ? (environnement pro et perso)*



— Quels sont ses frustrations, ses problèmes, ses peurs ? (réels ou imaginaires)



— Qu'est-ce qu'il fait aujourd'hui pour les résoudre ?



— *Quels sont ses besoins, ses envies, les solutions qu'il envisage pour les résoudre ?*



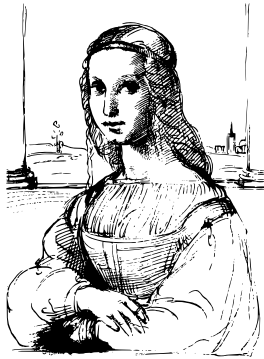
— *Quel est son objectif final pro/perso ? (au-delà de ses attentes)*



Avec ces premières réponses, synthétise l'ensemble dans la fiche profil (page suivante).



CLIENT CIBLE DE L'OFFRE :



*Son objectif de vie pro/perso*

*Son comportement*

Prénom :

Nom :

Age :

*Ses problématiques*

*Son environnement*

*Particularités*

- 
- 
- 
- 
- 
- 

*Ses besoins*

*Ses ressentis*

# POUR RÉSUMER

Tu peux remplir ce tableau :

Titre de l'offre	Profil client résumé en une phrase	Sa problématique	Liste de ses besoins
<b>EXEMPLE</b>  Coaching	femme ayant accouchée il y a 6-9 mois	souhaite se réapproprier son corps mais n'y arrive pas seule	<ul style="list-style-type: none"><li>- trouver des méthodes</li><li>- être encouragée</li><li>- être guidée</li><li>- échanger avec d'autres femmes qui ont cette même problématique</li><li>- trouver le temps de s'occuper d'elle</li><li>- ...</li></ul>
<b>À TOI</b>			

*Est-ce que ton offre y réponds ?*

## Allons plus loin pour trouver les clients cibles...

- *Est-ce que dans ta liste actuelle de contacts ou de prospects, tu as ces clients cibles ?  
Si oui, liste les.*



- *Tu n'as pas encore de prospect sur cette offre.  
Prends le profil cible et demande toi où se trouve ce futur client, quels lieux et quels professionnels fréquente t'il ? ...  
Est-ce que tu connais ces lieux, ces professionnels ? Si oui, liste les.*



# APPEL DECOUVERTE OFFERT

Nous espérons que ce workbook t'a permis de passer cette première étape de façon efficace.

Si tu sens que **tu as besoin** d'un coup de pouce, de prendre de la hauteur sur ta stratégie d'entreprise ou ta stratégie de développement commerciale, c'est avec grand plaisir que **nous t'offrons** un rendez-vous de 30 minutes avec Ellen Didier afin d'en discuter.

[Je réserve mon appel](#)



**FÉLICITATION !**

*Tu es arrivé au bout des  
exercices de ce workbook.*

## TU SOUHAITES DÉCOUVRIR LES AUTRES ?

*Clique ici*  
*et choisis celui qui réponds à  
ton besoin du moment.*

# L'ÉQUIPE



## ELLEN DIDIER

Fondatrice de l'Agence Aligner Vie pro

**Experte en prospection, vente & création de communauté.**

*"Vendre, c'est rendre service, c'est partager des solutions, c'est soutenir l'évolution de belles personnes."*



## BARBARA ANDRÉ-CUSSATLEGRAS

Fondatrice de l'Agence Aligner Vie pro

**Experte en structuration d'entreprise, ancrage & outils de pilotage.**

*"Les outils, les structures et les méthodes doivent être adaptés à celui qui s'en sert et non l'inverse."*



Nos services :

Bilan des forces entrepreneuriales |

Formation | Accompagnement |

Séminaire | Outils

## CONTACTE-NOUS

Ellen : 06.71.55.54.53

Barbara : 06.25.43.72.58

[alignerviepro@gmail.com](mailto:alignerviepro@gmail.com)

---

[WWW.ALIGNERVIEPRO.COM](http://WWW.ALIGNERVIEPRO.COM)