

DIAGNOSTIC DE POSITIONNEMENT

Découvre les vraies raisons pour lesquelles tes clients *ne te choisissent pas*

En 3 minutes, identifie les failles invisibles de ton positionnement qui rendent ton offre difficile à comprendre, à retenir et à préférer.

Avant de commencer

Tu peux être excellent dans ton domaine et, malgré tout, rester invisible aux yeux de tes clients.

Pourquoi ? Parce que tes clients ne peuvent pas choisir une valeur qu'ils ne comprennent pas clairement.

Ce quiz ne mesure ni ton talent ni la qualité de ton travail. Il mesure uniquement la manière dont ton activité est actuellement perçue par les personnes qui la découvrent.

Comment répondre

- Pour chaque question, coche la réponse qui correspond le mieux à ce qui se passe réellement aujourd'hui dans ton activité.
- Ne choisis pas la réponse qui représente ce que tu aimerais communiquer. Choisis celle qui décrit ce que tes clients peuvent véritablement voir, comprendre et retenir.
- En cas d'hésitation entre deux réponses, choisis celle qui rapporte le moins de points. Ton hésitation révèle probablement qu'un élément de ton positionnement manque encore de clarté.

1

Ce que ton client voit

QUESTION 1

Lorsqu'un client potentiel découvre ton site ou ton profil, que peut-il comprendre en moins de cinq secondes ?

- ☐ Il voit mon métier et mes services, mais ne sait pas immédiatement si je peux l'aider. **0 pt**
- ☐ Il comprend globalement qui j'aide ou le problème que je traite, mais le résultat reste flou. **1 pt**
- ☐ Il comprend immédiatement à qui je m'adresse, quel problème je résous et quel changement je propose. **2 pts**

QUESTION 2

Après avoir parcouru rapidement ta présentation, que pourrait-il expliquer à quelqu'un d'autre ?

- ☐ Mon métier, mon titre professionnel ou le nom de ma méthode. **0 pt**
- ☐ Le domaine général dans lequel je travaille. **1 pt**
- ☐ Le problème précis que je résous et le résultat que mes clients recherchent. **2 pts**

TON SCORE DE CLARTÉ IMMÉDIATE

Question 1

Question 2

Total

/ 4

2

Ce que ton client comprend

QUESTION 3

Ton message principal parle surtout de quoi ?

- | | |
|--|-------|
| ☐ De mes services, de mes outils, de mes formations ou de ma méthode. | 0 pt |
| ☐ Du problème que j'accompagne, mais sans décrire clairement le changement final. | 1 pt |
| ☐ De la situation actuelle de mon client et de la transformation qu'il désire profondément. | 2 pts |

QUESTION 4

Quand quelqu'un te demande ce que tu fais, que se passe-t-il généralement ?

- | | |
|---|-------|
| ☐ J'ai besoin de plusieurs minutes et de nombreux exemples pour bien l'expliquer. | 0 pt |
| ☐ Je peux le résumer en une phrase, mais certains mots demandent encore des explications. | 1 pt |
| ☐ Je peux l'expliquer simplement en une phrase que la personne comprend et retient facilement. | 2 pts |

TON SCORE DE PROMESSE ET DE TRANSFORMATION

Question 3

Question 4

Total

/ 4

3 Pourquoi ton client te choisirait

QUESTION 5

Si un client potentiel te demandait : « Pourquoi devrais-je travailler avec toi plutôt qu'avec quelqu'un d'autre ? », que répondrais-tu ?

- ☐ Je parlerais de mon écoute, de ma passion, de ma bienveillance ou de la qualité de mon travail. **0 pt**
- ☐ Je parlerais principalement de mon expérience, de ma méthode ou de mes formations. **1 pt**
- ☐ Je pourrais expliquer une différence précise, importante pour le client et directement liée au résultat qu'il recherche. **2 pts**

QUESTION 6

Si on retirait ton nom, ta photo et ton logo de ton site, ton message pourrait-il appartenir à un concurrent ?

- ☐ Oui. La majorité des professionnels de mon domaine pourraient utiliser les mêmes phrases. **0 pt**
- ☐ En partie. Certains éléments sont personnels, mais ma promesse reste assez générique. **1 pt**
- ☐ Non. Mon angle, ma promesse et ma manière de présenter le problème sont clairement reconnaissables. **2 pts**

TON SCORE DE DIFFÉRENCIATION

Question 5

Question 6

Total / 4

QUESTION 7

Quelle réaction ton contenu provoque-t-il le plus souvent ?

- | | |
|--|-------|
| ☐ Les personnes trouvent mes publications intéressantes, mais passent rapidement à autre chose. | 0 pt |
| ☐ Je reçois des réactions et des encouragements, mais peu de demandes réellement qualifiées. | 1 pt |
| ☐ Les bonnes personnes se reconnaissent et me disent : « C'est exactement ce que je vis. » | 2 pts |

QUESTION 8

Les mots utilisés dans ta communication viennent-ils réellement de tes clients ?

- | | |
|--|-------|
| ☐ J'utilise surtout les termes de ma profession, de ma méthode ou de ma formation. | 0 pt |
| ☐ Je simplifie mon langage, mais je reste encore proche de ma manière professionnelle de parler. | 1 pt |
| ☐ J'utilise les phrases, les émotions et les expressions entendues dans mes conversations avec mes clients. | 2 pts |

TON SCORE DE RÉSONANCE AVEC LE CLIENT

Question 7

Question 8

Total

/ 4

5 Ce que ton client retient

QUESTION 9

Ton positionnement est-il présenté de la même manière partout ?

- ☐ Mon site, mon profil, mon contenu et ma présentation orale donnent parfois l'impression d'activités différentes. **0 pt**
- ☐ Je parle toujours du même domaine, mais avec plusieurs promesses et plusieurs messages. **1 pt**
- ☐ Tous mes supports renforcent la même idée, la même promesse et la même raison de me choisir. **2 pts**

QUESTION 10

Quelques jours après t'avoir découvert, que retiendra probablement un client potentiel ?

- ☐ Mon métier, mon nom... ou peut-être rien de très précis. **0 pt**
- ☐ Mon domaine d'activité ou une particularité de ma méthode. **1 pt**
- ☐ La transformation que je propose et ce qui me rend différent des autres professionnels. **2 pts**

TON SCORE DE COHÉRENCE ET DE MÉMORISATION

Question 9

Question 10

Total

/ 4

Avant de découvrir ton diagnostic...

Les deux prochaines questions ne modifient pas ton score.

Elles t'aideront à comprendre comment les faiblesses de ton positionnement affectent concrètement ton activité et à déterminer si ce problème nécessite une action immédiate.

QUESTION 11

Quelle est aujourd'hui la conséquence la plus visible de ton positionnement ?

- ☐ Je n'attire pas suffisamment de clients.
- ☐ J'attire des personnes qui ne correspondent pas à mon offre.
- ☐ Je dois constamment expliquer ce que je fais.
- ☐ Les clients potentiels comparent principalement mes prix.
- ☐ Mon contenu reçoit de l'attention, mais génère peu de demandes.
- ☐ Je ne sais pas quel message répéter ni quoi publier.

QUESTION 12

À quel moment souhaites-tu résoudre ce problème ?

- ☐ Maintenant, car il bloque réellement le développement de mon activité.
- ☐ Dans les trois prochains mois.
- ☐ Plus tard, lorsque je serai prêt à retravailler mon positionnement.
- ☐ Pour le moment, je souhaite seulement connaître mon résultat.

Calcule ton résultat

Additionne les scores obtenus aux dix premières questions.

Dimension	Ton score
Clarté immédiate	_____ / 4
Promesse et transformation	_____ / 4
Différenciation	_____ / 4
Résonance avec le client	_____ / 4
Cohérence et mémorisation	_____ / 4
Score total	_____ / 20

Ton score global révèle la force générale de ton positionnement.

La dimension dans laquelle tu as obtenu le résultat le plus faible révèle la principale raison pour laquelle tes clients ne te choisissent pas.

Ton diagnostic

DE 0 À 6 POINTS

Ton positionnement est absent ou invisible

Ton marché peut voir ton activité, mais il ne comprend pas clairement pourquoi il devrait te choisir.

Tu présentes probablement ton métier, tes services, tes méthodes ou tes qualités. Ces éléments peuvent démontrer ta compétence, mais ils ne créent pas une préférence.

Ce que cela peut provoquer

- Les visiteurs quittent ta page sans comprendre ce qui te rend différent.
- Tu dois constamment expliquer la valeur de ton travail.
- Les clients potentiels comparent principalement les prix.
- Tes publications génèrent peu de demandes qualifiées.
- Tu investis dans ta visibilité sans obtenir les résultats espérés.

Tu n'as pas nécessairement un problème de visibilité. Tu as d'abord un problème de lisibilité.

DE 7 À 11 POINTS

Ton positionnement est faible et interchangeable

Tes clients comprennent globalement ce que tu fais, mais ils ne perçoivent pas une raison suffisamment forte de te choisir.

Ton message explique ton activité, mais il ne crée pas encore de préférence.

Ce que cela peut provoquer

- Tu ressembles à d'autres professionnels compétents.
- Les clients potentiels hésitent ou reportent leur décision.
- Tu dois convaincre au lieu d'être naturellement considéré comme le bon choix.
- Ton prix devient un critère de comparaison important.
- Ta différence repose sur des qualités que de nombreux concurrents revendiquent également.

Tu es compréhensible, mais tu n'es pas encore devenu le choix évident.

DE 12 À 16 POINTS

Ton positionnement existe, mais reste fragile

Tu possèdes déjà plusieurs éléments solides : une clientèle, une problématique, une transformation ou une différence intéressante.

Cependant, ton message manque encore de précision, de force ou de cohérence.

Ce que cela peut provoquer

- Certains clients comprennent immédiatement ta valeur, tandis que d'autres passent à côté.
- Ton message fonctionne à certains endroits, mais disparaît ailleurs.
- Ton contenu ne renforce pas toujours la même perception.
- Ta différence est présente, mais elle reste difficile à expliquer ou à mémoriser.

Ton positionnement ne doit probablement pas être entièrement reconstruit. Il doit être clarifié, renforcé et rendu cohérent.

DE 17 À 20 POINTS

Ton positionnement est fort

Ton message est clair, orienté vers le client, différenciant et mémorable.

Les bonnes personnes peuvent comprendre rapidement pourquoi ton approche leur correspond.

Ta prochaine priorité

- Renforcer ton positionnement avec des preuves concrètes.
- Raconter davantage d'histoires de transformation.
- Répéter régulièrement ton message central.
- Créer une expérience cohérente sur tous tes supports.

Tu ne dois plus seulement être compris. Tu dois maintenant devenir impossible à confondre.

Découvre ton principal point faible

Pour chacune des cinq dimensions, tu pouvais obtenir un maximum de quatre points.

0 ou 1 point — faiblesse prioritaire

2 points — positionnement fragile

3 points — base solide à renforcer

4 points — véritable point fort

Si ton score de clarté immédiate est le plus faible

Tes clients ne comprennent pas assez rapidement si ton offre est faite pour eux.

Ta priorité : clarifier qui tu aides, le problème précis que tu résous et le résultat que tu proposes.

Si ton score de promesse et de transformation est le plus faible

Tu expliques ce que tu fais, mais pas suffisamment ce que cela change pour ton client.

Ta priorité : traduire tes services et tes méthodes en une transformation concrète et désirable.

Si ton score de différenciation est le plus faible

Tes clients peuvent te percevoir comme un professionnel compétent, mais comparable aux autres.

Ta priorité : identifier la raison précise et pertinente pour laquelle un client devrait te choisir.

Si ton score de résonance est le plus faible

Ton contenu informe, mais il ne donne pas encore au client la sensation profonde d'être compris.

Ta priorité : utiliser les mots, les émotions, les pensées et les situations réellement vécues par tes clients.

Si ton score de cohérence et de mémorisation est le plus faible

Ton message change trop souvent pour pouvoir être retenu et associé naturellement à ton nom.

Ta priorité : choisir une idée centrale et la renforcer sur ton site, ton profil, tes offres et ton contenu.

TON RÉSULTAT RÉVÈLE OÙ TON POSITIONNEMENT PERD DE SA FORCE

Deux personnes peuvent obtenir le même score pour des raisons complètement différentes. C'est pourquoi je propose un audit complet et personnalisé de ton positionnement.

Audit complet de ton positionnement

150 € / audit personnalisé

J'analyse ton positionnement actuel afin d'identifier précisément ce qui empêche tes clients de te comprendre, de retenir ton message et de te choisir. Tu recevras un rapport personnalisé avec les principaux problèmes repérés et les changements à effectuer en priorité.

Le quiz te montre où regarder.

L'audit te révèle précisément ce qu'il faut corriger dans ton activité.

Réserve ton audit personnalisé — 150 €

academiequantus.com/auditpositionnement