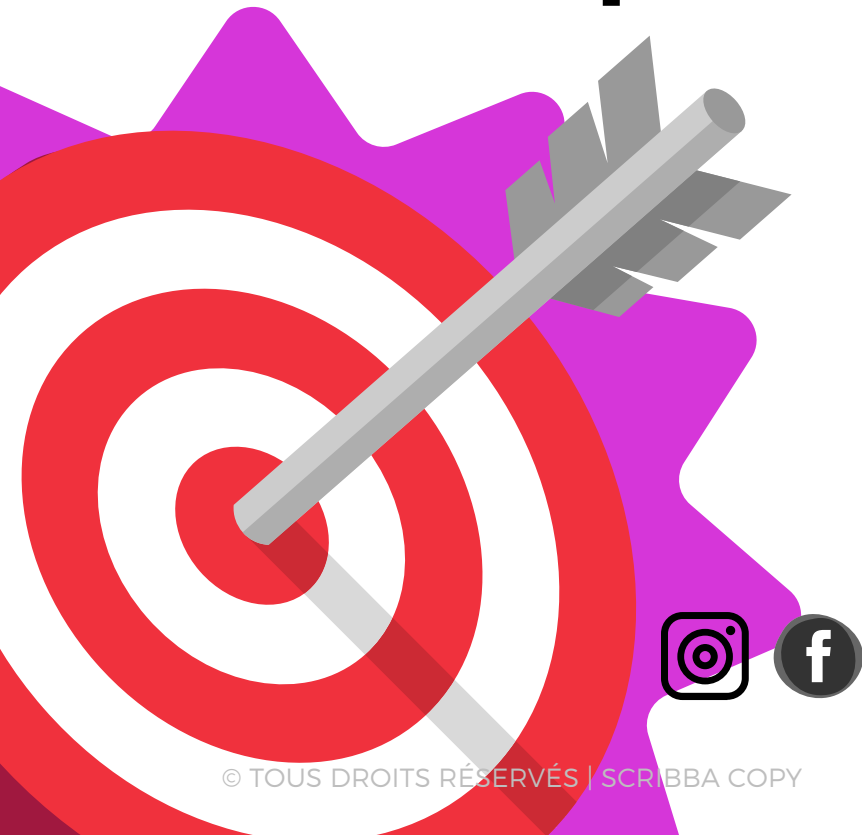


L'avatar Client **Comment Parler à Son Public Cible avec Impact**





TON PROFIL CLIENT

• Âge :

• Sexe

• Ville :

• Niveau d'études ?

• Statut relationnel : Est-ce que ton produit/service s'adresse à des personnes mariées, célibataires, en couple, etc. ?

• Profession :

• Revenu :

• Taille du foyer :

2

TRAITS DE PERSONNALITÉ

Centres d'intérêt : Quelles sont les passions ou les loisirs de ton client idéal ? Est-il intéressé par le sport, la technologie, les voyages, la cuisine, l'entrepreneuriat, etc. ?

Valeurs : Quelles valeurs sont importantes pour lui ? Par exemple, l'éthique, la transparence, l'innovation, la famille, la durabilité ?

Comportements d'achat : Où et comment ton client fait-il ses achats ? En ligne, en magasin, utilise-t-il des applications ? Est-il fidèle à certaines marques ?

Problèmes spécifiques : Quels sont les défis ou obstacles qu'il rencontre dans sa vie personnelle ou professionnelle que ton produit ou service peut résoudre ?

Objectifs personnels : Quelles sont les aspirations ou objectifs de ton client idéal ? Par exemple, améliorer sa santé, réussir dans son entreprise, avoir plus de temps libre, etc.

Média préférés : Quels médias utilise ton avatar ? Facebook, Instagram, YouTube, des blogs, des podcasts ?

Marques et produits favoris : Quelles sont les marques ou produits qu'il apprécie déjà ? Connaît-il déjà ton produit ou un produit similaire ?

Motivations d'achat : Qu'est-ce qui pousse ton client à acheter ? La qualité, le prix, l'expérience client, les témoignages ?

3

LES PROBLÈMES/ FRUSTRATIONS/OBSTACLES RENCONTRÉS PAR TON CLIENT

Liste 5 **difficultés** pertinentes et crédibles que ton avatar est susceptible de rencontrer.

Exemple : Un avatar client pour un business de coaching fitness en ligne pourrait rencontrer un défi tel que :

"J'ai du mal à trouver le temps de m'entraîner régulièrement à cause de mon emploi du temps surchargé. Je sais que l'exercice est important, mais entre le travail, la famille et les autres obligations, je finis souvent par négliger ma santé."

4

RENVERSE LA SITUATION

Liste le résultat idéal qui est l'opposé de chaque problème/frustration/obstacle rencontré par ton client mentionné dans la Partie 3.

Exemple : Pour un service de coaching fitness en ligne. Inversez "Je n'ai pas le temps de m'entraîner à cause de mon emploi du temps surchargé" en "Je réussis à intégrer 3 séances d'entraînement par semaines, adaptées à mon emploi du temps, et je me sens plus en forme."

Pamela, Fondatrice de Scribba, est une Copywriter passionnée, et experte en marketing digital.

Elle a déjà accompagné plus d'une centaine de professionnels à transformer leur communication et booster leurs ventes grâce à la puissance des mots.

Pamela s'est donné une mission claire : simplifier le marketing digital tout en bâtissant un empire d'empathie.

Ses textes ne sont pas de simples phrases : ils captent l'attention, persuadent, et transforment les lecteurs en clients fidèles.

Des entrepreneurs, freelances, et entreprises participent à ses programmes, contenus et défis pour découvrir une nouvelle approche du marketing : plus authentique, plus fun, et résolument humaine.

Pamela est reconnue pour sa maîtrise des techniques de persuasion et sa capacité à comprendre en profondeur les besoins des audiences, rendant chaque mot impactant et précis.

Son travail ne se limite pas à l'écriture : elle inspire ses clients à voir le marketing comme une opportunité de connexion sincère.

Avec Scribba Copy, transformez vos résultats et révolutionnez votre communication.



Suis-moi !

