

Cahier d'exercices – JOUR 2 :

Les bons clients n'ont pas besoin d'être convaincus

Thème : Cibler avec précision pour magnétiser sans forcer



SAWUBONA « Je te vois »

Bravo d'être ici pour ce Jour 2 !

Aujourd'hui, on va aller plus loin : il est temps de choisir **qui tu veux vraiment servir**.

Tu n'es pas là pour convaincre tout le monde. Tu es là pour attirer les bonnes personnes. Celles qui comprennent ta valeur, qui se reconnaissent dans ton message, et qui sont prêtes à travailler avec toi avec respect et engagement.

Alors installe-toi, respire un bon coup, et laisse ton intuition te guider.

Challenge « Cibler Juste »

PREMIÈRE PARTIE

1. Ton client magnétique - Carte d'Empathie

Une Clientèle ciblée

Le succès repose sur ta capacité d'attirer une clientèle hautement motivée et réceptive vis-à-vis de tes produits ou de tes services.

Tout produit et tout service, dans tous les secteurs d'affaires, va attirer ou a le potentiel d'attirer un groupe spécifique et identifiable de personnes au sein de la population générale

Toutes les entreprises, dans tous les secteurs, ont la capacité de cibler spécifiquement un groupe de prospects et ainsi concentrer ses efforts et ses ressources.

2. Les 4 profils de clients pour AfroPreneurs

Aujourd'hui, on va parler de quelque chose de fondamental :

Tous les clients n'ont pas les mêmes besoins, ni les mêmes attentes. Et quand tu essaies de t'adresser à tout le monde, ton message devient flou... Tu te fatigues à parler, mais peu de gens entendent vraiment ce que tu veux dire.

👉 Voici les **4 profils de clients afrodescendants** que je te propose d'explorer pour mieux cibler ta marque et ton message :

1. Le Rêveur
2. Le Survivant
3. L'Ascendant
4. Le Bâtsseur

1. 🌙 Le RÊVEUR

Il rêve de mieux manger, de se reconnecter à ses racines, de vivre une vie plus saine... mais il remet toujours à demain.

🔍 Il est touché par l'histoire de ta marque, il aime tes visuels, il commente peut-être même tes publications.

Mais il hésite à passer à l'action.

Il peut trouver tes produits "trop chers", ou dire "un jour, je vais vraiment changer mes habitudes".

Exemple Afro Food :

C'est la cliente qui adore l'idée de cuisiner un plat traditionnel avec tes épices africaines bio, mais qui continue d'acheter les mêmes produits à l'épicerie du coin.

👉 *Ton rôle ?* L'inspirer... mais ne pas t'épuiser à vouloir le convaincre ou baisser tes prix pour lui.

2. 🛡️ Le SURVIVANT

Il cherche une solution rapide, pas un changement durable.

🔍 Il te contacte pour un produit en promo, veut tout de suite un rabais ou un "deal", mais sans se soucier de ta qualité ou de ta mission.

Exemple Afro Food :

Il te demande si tu fais du 2 pour 1, ou s'il peut payer plus tard, ou "tester avant d'acheter" ...

Mais il ne regarde pas tes ingrédients, ton engagement envers les produits du terroir ou tes coûts réels de production.

👉 *Ton rôle ?* Poser des limites claires. Offrir une solution abordable s'il est prêt à s'engager... mais sans sacrifier tes valeurs ou ton modèle d'affaires.

3. 🚀 L'ASCENDANT

Il a déjà une conscience, il veut consommer autrement. Mais il n'a pas encore trouvé "LE" produit ou "LA" marque qui lui parle vraiment.

🔍 Il veut acheter afro, local, sain... mais il a besoin d'un message plus clair pour être convaincu. Il veut comprendre **pourquoi ta marque est unique.**

Exemple Afro Food :

C'est la cliente qui achète déjà des tisanes, mais qui ne connaît pas les bienfaits de tes plantes.

Elle a envie de se reconnecter à ses racines, mais elle attend que tu lui racontes une histoire qui la touche, qui l'éduque, qui l'emporte.

🎯 *Ton rôle ?* Être pédagogue, structurer ton branding et ton storytelling pour connecter émotionnellement et bâtir la confiance.

4. 🏠 Le BÂTISSEUR

Il sait ce qu'il veut, il a le budget, il cherche une marque engagée avec une vision forte.

🔍 Il valorise les circuits courts, l'authenticité, l'origine des produits. Il veut savoir à **qui il donne son argent**, et il cherche des marques qui incarnent des valeurs fortes.

Exemple Afro Food :

C'est le restaurateur qui veut mettre ton piment sur sa carte.

C'est la cliente qui commande pour son panier bio chaque mois.

C'est le distributeur qui t'invite à un salon professionnel... parce qu'il sent ton sérieux, ta cohérence, ta vision.

🎯 *Ton rôle ?* Être prêt.e. Assumer ta posture d'expert.e. Lui offrir une expérience client fluide, professionnelle et mémorable.

💡 **Pose-toi maintenant ces 3 questions :**

1. Quel est le profil de client que je sers le plus en ce moment ?
2. Lequel me fatigue... et lequel me nourrit ?
3. Et surtout : **lequel j'ai envie d'attirer davantage dans ma stratégie de croissance ?**

Étape #1

Qui Est Mon Client idéal ?

Avec qui aimerais-tu le plus travailler et pour qui crois-tu être en mesure d'offrir le meilleur de toi-même ? Prends le temps de réfléchir aux caractéristiques de ton « Avatar ».

Qui est mon client idéal et à quoi ressemble-t-il ?

Trouver une photo sur Google qui le représentera et à laquelle tu pourras te référer pour de l'inspiration.



Quel est le profil démographique de ton client idéal ?

Nom de mon Avatar :

Sexe :

Âge :

Culture :

Son travail :

Revenus :

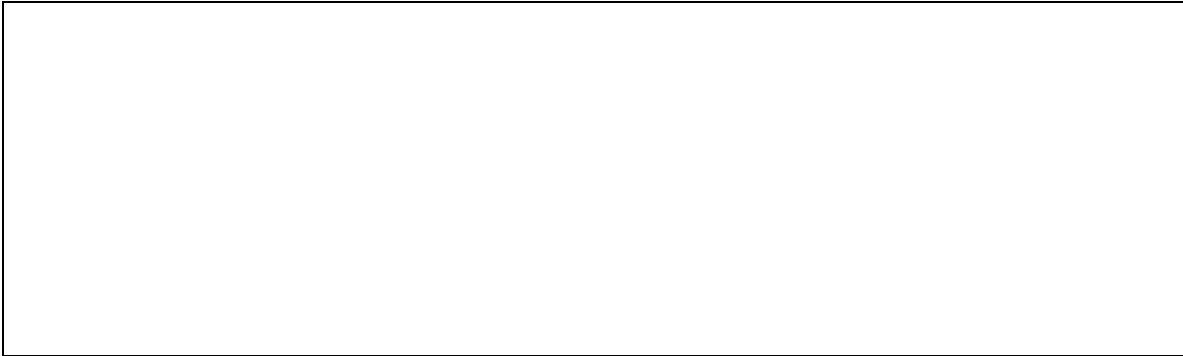
Habitudes de consommations et/ou de loisirs :

Sa famille (a-t-il des enfants, un conjoint, des personnes dont il est responsable) :

Quel est le profil psychographique de ton client idéal

Tes meilleurs prospects partagent fort probablement des valeurs, une philosophie, des façons de penser, des comportements qui les rendent particulièrement réceptifs à ta personnalité, tes produits ou tes services. Quels sont-ils ?

Quels sont ses peurs, ses défis et ses frustrations ?



Quelles sont ses passions, ses rêves, ses désirs, ce qui le rend heureux ?



Étape #2

Problèmes et Solutions

Le succès d'une bonne stratégie de marketing repose sur ta capacité à identifier un « problème » et le « résultat » que tu pourras obtenir pour ton client idéal.

Le résultat peut être un nouvel apprentissage, une nouvelle connaissance, une nouvelle attitude, un gain monétaire, etc.

En réfléchissant à ce que tu comptes offrir comme produit ou comme service...

Quels sont les principaux problèmes de ton client idéal ?

Comment ton client idéal se sentira-t-il une fois le problème résolu ?

Étape #3

Où trouver ton client idéal ?

Trois éléments vont te permettre de mieux cibler où se trouve ton client idéal.

La Géographie :

Il s'agit du pays, de la région, de la ville, du quartier où se trouvent tes prospects

Réduis et subdivise d'abord ta cible géographique pour ensuite y concentrer toutes tes ressources et énergies.

Les Médias :

Tes meilleurs prospects partagent fort probablement un intérêt pour les mêmes types de journaux, de revues, de plateforme pour les réseaux sociaux, d'émissions de radio, etc.

Les Affinités et Associations :

Il s'agit des groupes ou des associations auxquelles tes prospects appartiennent. (Ex. : Associations professionnelles, clubs, groupes Facebook, fraternités, congrégation religieuses, etc.)

Quels seraient les 5 principaux éléments qui vont te permettre de mieux cibler où se trouve ton client idéal. ?

DEUXIÈME PARTIE

Ta phrase de positionnement magnétique (version brouillon)

Ta phrase n'a pas besoin d'être parfaite. Elle a besoin d'être sincère, claire, et connectée à qui tu veux aider.

Voici une méthode simple pour construire ton "One Liner" :

✓ 1. Présente le **PROBLÈME**

- Choisis un seul problème que vit souvent ton client idéal.
- Sois spécifique. Connecte ce problème à une émotion.

✓ 2. Présente la **SOLUTION**

- Que proposes-tu pour régler ce problème ?
- Mentionne ton nom ou celui de ton organisation.

✓ 3. Présente le **RÉSULTAT**

- Quel changement positif ton client va-t-il vivre grâce à ta solution ?
- Sois concret, imagé, authentique.

Exemple de structure :

« Beaucoup d'entrepreneurs afrodescendants se sentent invisibles même s'ils travaillent dur. Avec le Challenge Cibler Juste de Jean-Philippe Vézina, ils clarifient leur message, et attirent enfin des clients qui valorisent leur identité. »

À toi maintenant. Utilise ce cadre pour rédiger ta première version :

PROBLÈME : ...

SOLUTION : ...

RÉSULTAT : ...

Maintenant, réunis les trois éléments dans une phrase claire et parlante.

Utilise cette formule si tu veux :

« J'aide [profil du client] à [bénéfice principal] sans [souffrance ou obstacle à éviter]. »

Partage Ta Phrase de Positionnement Magnétique dans le groupe **AfroFutur** avec le #Jour2

Lis celles des autres et commente au moins un post.

On construit une communauté de marques qui osent être vraies, puissantes et inspirantes.

On est ensemble,

Jean-Philippe Vézina

✦✦ Tu veux aller plus loin ?

Et si tu pouvais passer au niveau supérieur, plus rapidement et avec plus de clarté ?

Voici comment je peux t'aider à y arriver 📌



Avec une **Session de coaching express de 90 minutes** et mon **Pack Quiz AfroFutur Plus**, tu obtiens tout ce dont tu as besoin pour clarifier ta vision et passer à l'action.

Imagine ce qui serait possible si...

- ✓ Tu savais exactement **quoi faire aujourd'hui** pour attirer plus de clients et augmenter tes revenus.
- ✓ Tu avais un plan marketing simple, clair et 100 % aligné avec la maturité actuelle de ton entreprise.
- ✓ Tu ne te sentais plus débordé(e), mais confiant(e) et motivé(e) pour atteindre tes objectifs.

Un seul appel. Une clarté puissante.

90 minutes pour transformer ton chaos en clarté, comprendre ce qui bloque réellement...et bâtir un plan aligné à ton identité.

Oui, je veux profiter d'Une Session
Clarté AfroPreneur



Jean-Philippe Vézina
Coach & Stratège Afro Branding