



Conseil

LE GUIDE DE TRAVAIL ICONSEIL

Trouver sa cible rentable

Choisir le marché où votre expertise a le plus de valeur - sans vous enfermer dans une niche artificielle.

CE QUE VOUS ALLEZ CONSTRUIRE

À la fin, vous aurez choisi une cible prioritaire, formulé le problème qu'elle paie pour résoudre et défini un test terrain sur 7 jours.

Cédrick Benittah • Voir. Mouvoir. Ancrer. • iconseil.fr

AVANT DE COMMENCER

Ce guide doit laisser une trace dans votre activité

Il a été conçu comme un livre de travail. Vous pouvez le lire une première fois, puis revenir avec un stylo ou une tablette pour transformer chaque idée en choix commercial.

**VOTRE POINT D'ARRIVÉE**

À la fin, vous aurez choisi une cible prioritaire, formulé le problème qu'elle paie pour résoudre et défini un test terrain sur 7 jours.

MES NOTES

LE CAS FIL ROUGE

Suivez Nadia dans ses arbitrages

Nadia est consultante rh indépendante. Nadia accompagne à la fois des dirigeants, des managers et des équipes. Son site parle de recrutement, de management et de qualité de vie au travail. Les recommandations arrivent, mais sa prospection reste difficile à cibler.

SON OBJECTIF

Choisir un segment prioritaire pour 30 jours sans renoncer aux autres opportunités.

Pourquoi ce cas ?

Les exemples rendent visible le raisonnement attendu : le point de départ, la décision prise, le résultat produit et la leçon à transposer. Le cas est pédagogique et fictif ; il ne constitue ni un témoignage ni une promesse de performance.

Votre manière de travailler

- Lisez la notion sans chercher tout de suite la phrase parfaite.
- Observez la mise en situation et nommez l'arbitrage réalisé.
- Complétez l'exercice avec des faits, des mots du terrain et une date.
- Comparez ensuite votre production aux repères de correction.
- Conservez les zones de notes : elles documentent l'évolution de votre offre.

MES NOTES

VOTRE PARCOURS

Une progression pensée pour être lue, annotée et appliquée

Chaque partie pose une idée, la montre en situation, puis vous invite à produire votre propre version. Les repères de correction et le glossaire se trouvent à la fin.

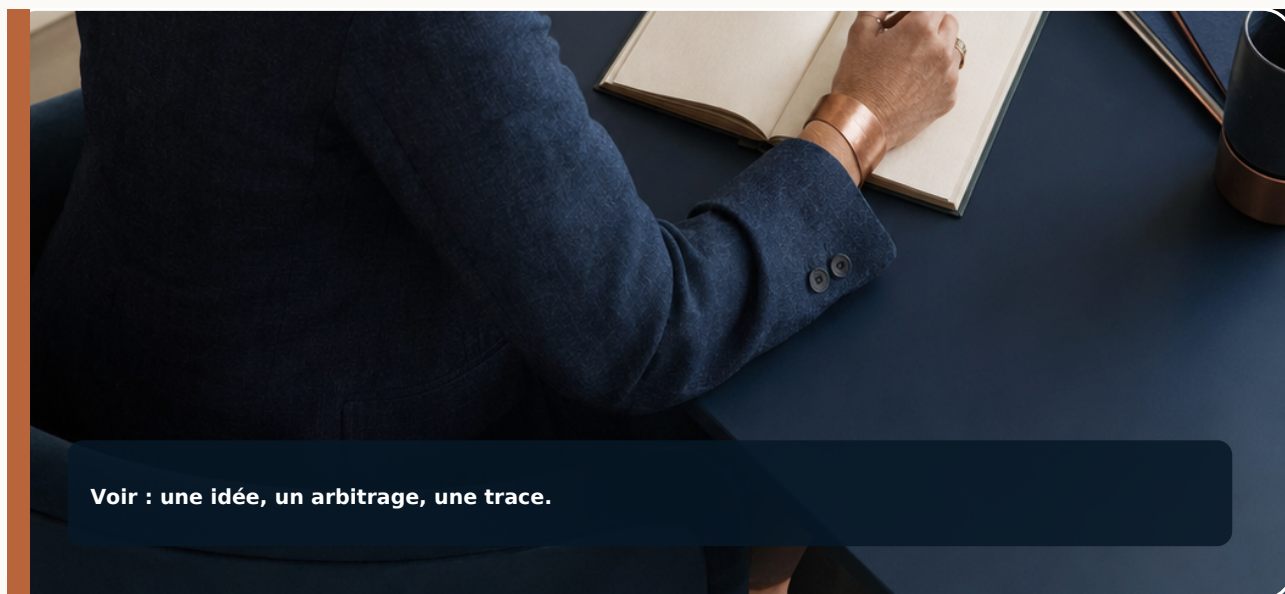
VOIR	Le marché ne choisit pas les généralistes	5
VOIR	C.I.B.L.E. : cinq critères pour décider	10
MOUVOIR	Du pressentiment à l'hypothèse	19
MOUVOIR	Écouter le terrain sans lui vendre	24
ANCERER	Choisir sans s'enfermer	29
ANCERER	Sept jours pour obtenir une réponse	35
ANCERER	Reperes de correction	40
ANCERER	Glossaire et index des notions	47

MES NOTES

VOIR • L'INTENTION

Le marché ne choisit pas les généralistes

Une cible utile n'est pas une fiche décorative avec un âge, un prénom et des loisirs. C'est un groupe de personnes ou d'organisations que vous pouvez atteindre, qui rencontre un problème coûteux et qui reconnaît votre légitimité à intervenir.



Voir : une idée, un arbitrage, une trace.

LE MOUVEMENT À ACCOMPLIR

Listez jusqu'à six segments que vous pourriez aider. Décrivez une situation précise, pas seulement un métier.

MES NOTES

COMPRENDRE

Le piège de la cible trop large

LE FIL DE LA DÉCISION



« J’accompagne les entrepreneurs » semble ouvrir beaucoup de portes. En réalité, cette formulation vous oblige à produire des messages génériques. Un entrepreneur qui cherche ses premiers clients, une PME qui veut standardiser ses ventes et un indépendant qui change de métier ne prennent pas la même décision et ne valorisent pas la même transformation.

Réduire le champ au départ ne signifie pas renoncer aux autres clients. Cela permet de concentrer vos preuves, vos messages et votre prospection sur une situation que le marché reconnaît immédiatement.

- Une cible trop large rend le problème abstrait.
- Un problème abstrait rend la promesse générique.
- Une promesse générique oblige à vendre par le prix ou par la sympathie.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

Les trois conditions de la rentabilité

LE FIL DE LA DÉCISION



Un segment devient intéressant lorsque trois conditions se rencontrent : le problème est suffisamment important, les acheteurs sont accessibles et l'économie de l'offre reste saine. Un public peut adorer votre contenu sans jamais acheter. À l'inverse, une entreprise peut avoir le budget mais considérer le sujet comme secondaire.

Votre objectif n'est donc pas de deviner la cible parfaite. Il est de sélectionner l'hypothèse qui mérite d'être testée en premier.

- Désirabilité : le résultat compte réellement pour la cible.
- Accessibilité : vous savez où trouver et joindre les décideurs.
- Viabilité : le prix, le temps de livraison et le coût d'acquisition peuvent produire une marge.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

OBSERVER

Mise en situation : Nadia passe de l'idée à la décision

Lisez le cas comme un raisonnement, pas comme une recette. Cherchez ce qui change entre l'avant et l'après.

AU DÉPART

Cible affichée : toutes les PME qui ont des enjeux humains.

L'ARBITRAGE

Decrire des situations observables plutot que des profils generiques.

LA VERSION PRODUITE

Trois hypotheses : prise de poste manager, croissance rapide, tensions apres reorganisation.

CE QUE LE CAS NOUS APPREND

Une situation declenchante est plus utile qu'un portrait demographique.

MES NOTES

APPLIQUER

Inventaire sans autocensure

Listez jusqu'à six segments que vous pourriez aider. Décrivez une situation précise, pas seulement un métier.

AVANT D'ÉCRIRE

Les repères de correction de cette activité se trouvent dans la partie finale, à l'entrée 1.

Segment : qui vit la situation ?

Votre réponse...

Moment déclencheur : qu'est-ce qui vient de se produire ?

Votre réponse...

Problème visible : que veut-il résoudre maintenant ?

Votre réponse...

Conséquence : que coûte l'inaction ?

Votre réponse...

MES NOTES

VOIR • L'INTENTION

C.I.B.L.E. : cinq critères pour décider

C.I.B.L.E. est une grille de décision conçue pour comparer plusieurs segments avec les mêmes critères et éviter de choisir uniquement au feeling.



LE MOUVEMENT À ACCOMPLIR

Transformer les idées de cette partie en une décision concrète et testable.

MES NOTES

COMPRENDRE

C - Contexte déclencheur

LE FIL DE LA DÉCISION



Une cible devient acheteuse lorsqu'un événement transforme un sujet latent en priorité. Une baisse de marge, une prise de poste, un lancement, une réorganisation ou un échec commercial créent une fenêtre de décision. Plus ce contexte est observable, plus votre prospection peut être précise.

- Le déclencheur est-il observable ?
- Crée-t-il une échéance ?
- Le besoin existe-t-il avant que vous expliquiez votre méthode ?

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

I - Intensité du problème

LE FIL DE LA DÉCISION



Mesurez la fréquence, l'urgence et les conséquences. Un désagrément occasionnel ne soutient pas le même prix qu'un problème qui bloque des ventes, expose un risque ou mobilise plusieurs personnes chaque semaine.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

B - Budget et capacité de décision

LE FIL DE LA DÉCISION



Le budget ne se résume pas à la richesse supposée de la cible. Il dépend du propriétaire du problème, de la ligne budgétaire, du coût d'alternative et du niveau d'autorisation nécessaire. Cherchez qui perd quelque chose si rien ne change et qui peut engager la dépense.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

L - Localisable et joignable

LE FIL DE LA DÉCISION

Une cible rentable mais introuvable n'est pas un bon marché de départ. Vous devez pouvoir nommer des lieux, réseaux, mots-clés, événements, partenaires ou bases où les acheteurs se concentrent.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

E - Expertise crédible

LE FIL DE LA DÉCISION



Votre légitimité vient d'une combinaison : expérience vécue, résultats obtenus, méthode claire, compréhension du secteur et preuve sociale. Vous n'avez pas besoin d'être le meilleur du monde ; vous devez être crédible pour cette transformation et ce niveau d'enjeu.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

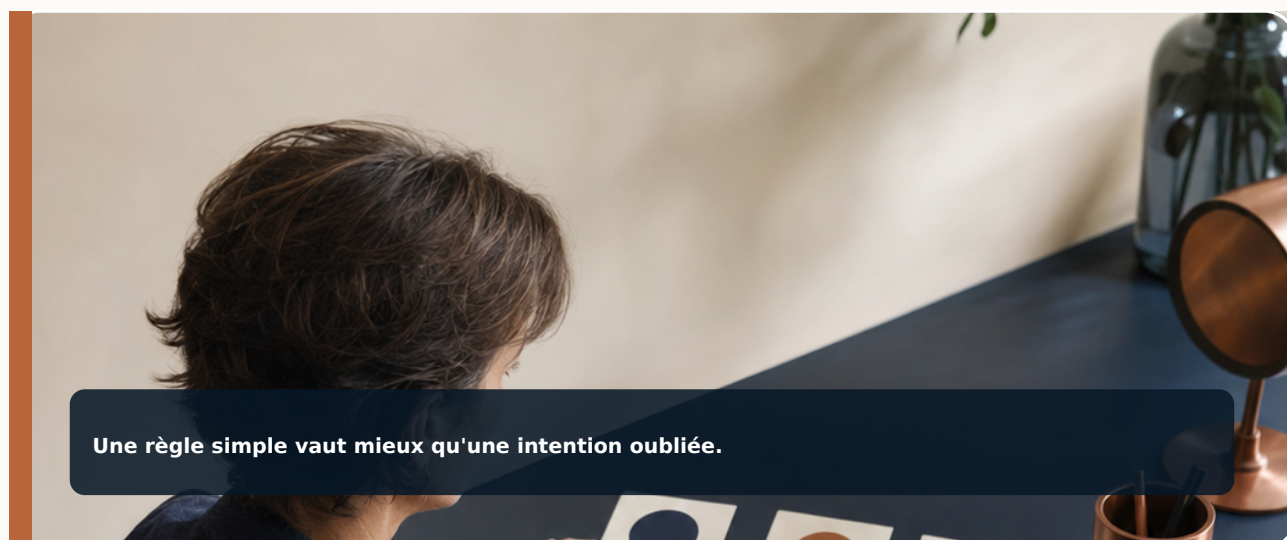
Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

PRENDRE DU RECUL

La règle qui protège votre décision

Dans la matrice Excel, notez chaque critère de 1 à 5. Une note basse n'élimine pas automatiquement un segment : elle révèle l'hypothèse que vous devrez valider.



VOTRE ENGAGEMENT

Reformulez cette règle avec vos mots puis indiquez dans quelle situation vous l'appliquerez.

MES NOTES

OBSERVER

Mise en situation : Nadia passe de l'idée à la décision

Lisez le cas comme un raisonnement, pas comme une recette. Cherchez ce qui change entre l'avant et l'après.

AU DÉPART

Les trois segments paraissent également intéressants.

L'ARBITRAGE

Noter chaque hypothèse avec C.I.B.L.E. et documenter les notes faibles.

LA VERSION PRODUITE

La prise de poste manager arrive en tête : besoin urgent, contacts accessibles, expertise crédible.

CE QUE LE CAS NOUS APPREND

La matrice ne choisit pas à votre place ; elle rend les hypothèses discutables.

MES NOTES

APPLIQUER

Votre décision d'application

Transformez les enseignements de cette partie en une décision testable.

AVANT D'ÉCRIRE

Les repères de correction de cette activité se trouvent dans la partie finale, à l'entrée 2.

C - Contexte déclencheur

Votre réponse...

I - Intensité du problème

Votre réponse...

B - Budget et capacité de décision

Votre réponse...

L - Localisable et joignable

Votre réponse...

Prochaine action, responsable et date

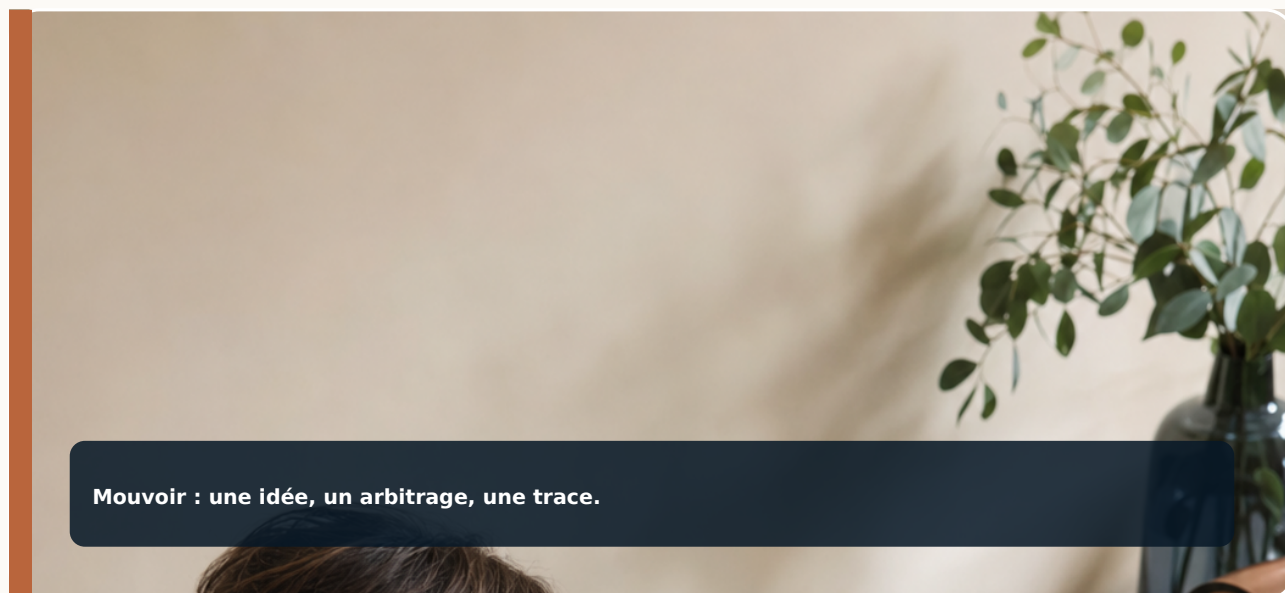
Votre réponse...

MES NOTES

MOUVOIR • L'INTENTION

Du pressentiment à l'hypothèse

Le segment choisi doit être formulé sous la forme d'une hypothèse commerciale que le terrain peut confirmer ou invalider.



LE MOUVEMENT À ACCOMPLIR

Rédigez une seule phrase puis entourez les trois éléments qui reposent encore sur une supposition.

MES NOTES

COMPRENDRE

La phrase d'hypothèse

LE FIL DE LA DÉCISION



Utilisez la structure suivante : « Nous pensons que [segment] cherche à [résultat] lorsque [déclencheur], parce que [problème et conséquence], et qu'il envisagera de payer pour [type de solution]. » Cette phrase sépare clairement ce que vous savez de ce que vous supposez.

EXEMPLE EN SITUATION

Nous pensons que les consultants indépendants ayant accumulé plusieurs prestations cherchent à simplifier leur offre lorsqu'ils constatent que leurs prospects ne savent pas quoi choisir, parce que cette confusion allonge les cycles de vente et pousse à négocier les tarifs.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

Les preuves à rechercher

LE FIL DE LA DÉCISION



La validation ne consiste pas à demander : « Achèteriez-vous mon offre ? » Les réponses hypothétiques sont trop généreuses. Recherchez des faits récents : tentative déjà menée, budget dépensé, délai subi, solution bricolée, personne consultée, décision reportée.

- Comportement : la cible a déjà cherché une solution.
- Coût : elle peut chiffrer du temps, de l'argent ou un risque.
- Priorité : une échéance ou un décideur rend le sujet actuel.
- Engagement : elle accepte une prochaine étape concrète.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

OBSERVER

Mise en situation : Nadia passe de l'idée à la décision

Lisez le cas comme un raisonnement, pas comme une recette. Cherchez ce qui change entre l'avant et l'après.

AU DÉPART

Nadia pense que les nouveaux managers manquent de confiance.

L'ARBITRAGE

Transformer cette intuition en hypothèse avec un déclencheur et un coût.

LA VERSION PRODUITE

Hypothèse : dans les 90 jours suivant une promotion, les managers cherchent à cadrer leur équipe sans perdre la relation avec leurs anciens pairs.

CE QUE LE CAS NOUS APPREND

Le coût de l'inaction devient concret : arbitrages évités, tensions et perte de temps du N+1.

MES NOTES

APPLIQUER

Votre hypothèse prioritaire

Rédigez une seule phrase puis entourez les trois éléments qui reposent encore sur une supposition.

AVANT D'ÉCRIRE

Les repères de correction de cette activité se trouvent dans la partie finale, à l'entrée 3.

Segment

Votre réponse...

Déclencheur

Votre réponse...

Résultat recherché

Votre réponse...

Coût de l'inaction

Votre réponse...

Solution envisagée

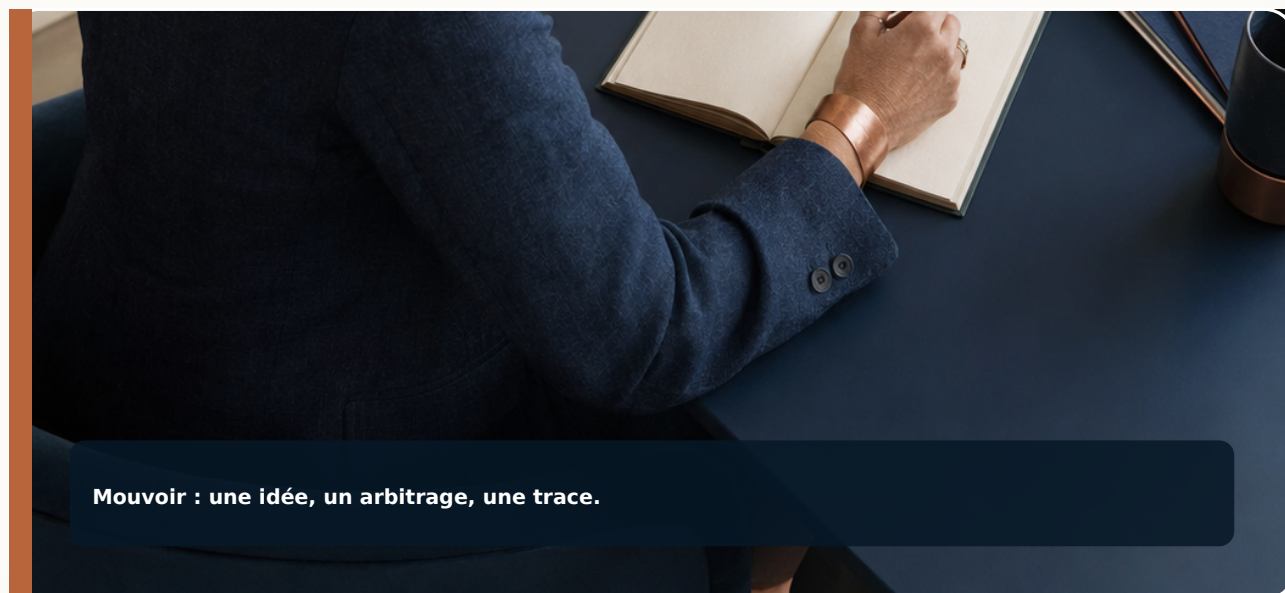
Votre réponse...

MES NOTES

MOUVOIR • L'INTENTION

Écouter le terrain sans lui vendre

Dix conversations bien conduites valent mieux que cent réponses à une question vague. L'objectif n'est pas de convaincre, mais de reconstruire une situation réelle.



Mouvoir : une idée, un arbitrage, une trace.

LE MOUVEMENT À ACCOMPLIR

Après chaque échange, notez les mots exacts de la personne et classez les signaux.

MES NOTES

COMPRENDRE

Le déroulé en 25 minutes

LE FIL DE LA DÉCISION



Demandez toujours « la dernière fois que... » afin d'éviter les opinions générales. Relancez avec « qu'avez-vous fait ensuite ? » et « qu'est-ce qui vous a empêché d'avancer ? ».

- 3 minutes - contexte : rôle, activité et priorité actuelle.
- 10 minutes - dernier épisode concret lié au problème.
- 7 minutes - solutions tentées, critères et arbitrages.
- 3 minutes - coût de l'inaction et niveau d'urgence.
- 2 minutes - permission de revenir avec une proposition ou un prototype.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

Les questions à ne pas poser

LE FIL DE LA DÉCISION



- « Est-ce une bonne idée ? » - vous mesurez la politesse.
- « Combien paieriez-vous ? » sans contexte - vous obtenez un chiffre imaginaire.
- « Voulez-vous gagner du temps ? » - la réponse ne discrimine rien.
- Présenter votre solution trop tôt - vous influencez le diagnostic.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

OBSERVER

Mise en situation : Nadia passe de l'idée à la décision

Lisez le cas comme un raisonnement, pas comme une recette. Cherchez ce qui change entre l'avant et l'après.

AU DÉPART

Question prévue : seriez-vous intéressé par un coaching ?

L'ARBITRAGE

Reconstituer le dernier épisode difficile et les solutions déjà tentées.

LA VERSION PRODUITE

Sept entretiens sur dix citent la difficulté à recadrer un ancien collègue.

CE QUE LE CAS NOUS APPREND

Les faits récents apportent plus de signal que les intentions polies.

MES NOTES

APPLIQUER

Journal d'entretien

Après chaque échange, notez les mots exacts de la personne et classez les signaux.

AVANT D'ÉCRIRE

Les repères de correction de cette activité se trouvent dans la partie finale, à l'entrée 4.

Phrase exacte du problème

Votre réponse...

Solution déjà tentée

Votre réponse...

Coût observé

Votre réponse...

Urgence sur 5

Votre réponse...

Prochaine étape acceptée

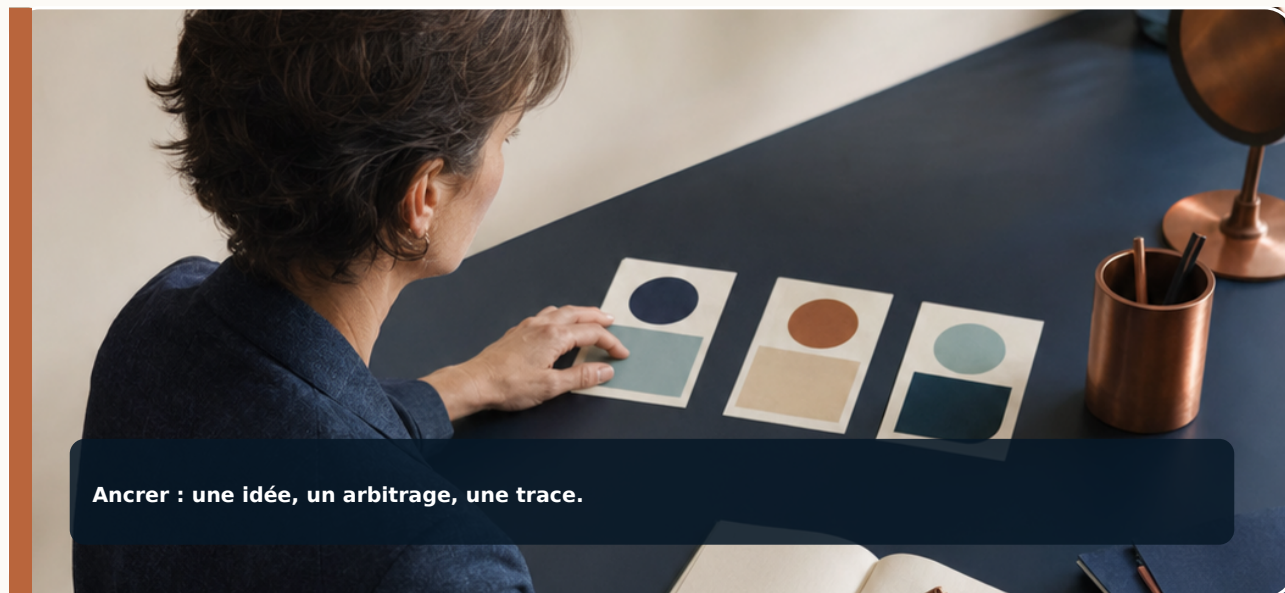
Votre réponse...

MES NOTES

ANCRER • L'INTENTION

Choisir sans s'enfermer

La décision finale n'est pas un mariage à vie. C'est une priorité commerciale pour une période de test suffisamment longue pour accumuler des preuves.



Ancrer : une idée, un arbitrage, une trace.

LE MOUVEMENT À ACCOMPLIR

Transformer les idées de cette partie en une décision concrète et testable.

MES NOTES

COMPRENDRE

La règle 1-1-1

LE FIL DE LA DÉCISION



Pendant 30 jours, choisissez une cible, un problème prioritaire et un appel à l'action. Vous pourrez servir d'autres clients, mais vos messages, vos exemples et votre prospection restent concentrés.

- 1 cible principale
- 1 problème coûteux
- 1 prochaine étape mesurable

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

Les critères de poursuite

LE FIL DE LA DÉCISION



Définissez avant le test ce qui justifiera de poursuivre : nombre de conversations, demandes de proposition, paiements, recommandations, objections récurrentes. Sans seuil préalable, vous risquez d'interpréter chaque signal selon votre humeur.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

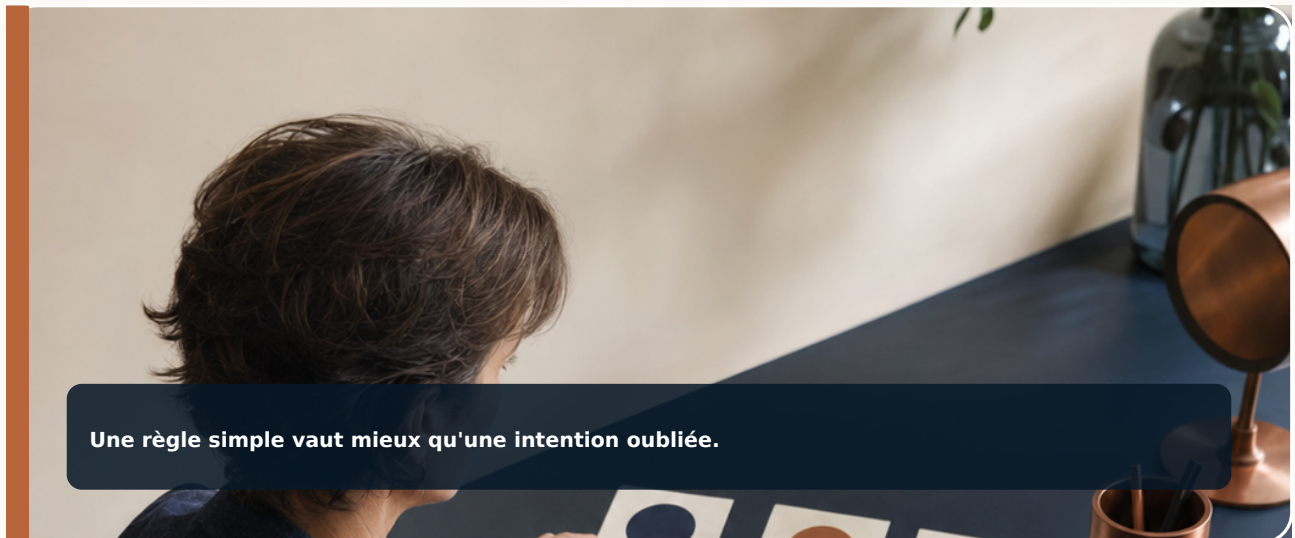
Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

PRENDRE DU RECUL

La règle qui protège votre décision

Une cible ne se valide pas par des likes. Elle se valide par des comportements : rendez-vous acceptés, informations partagées, introductions, devis demandés ou paiements.



Une règle simple vaut mieux qu'une intention oubliée.

VOTRE ENGAGEMENT

Reformulez cette règle avec vos mots puis indiquez dans quelle situation vous l'appliquerez.

MES NOTES

OBSERVER

Mise en situation : Nadia passe de l'idée à la décision

Lisez le cas comme un raisonnement, pas comme une recette. Cherchez ce qui change entre l'avant et l'après.

AU DÉPART

Tentations de changer de cible après deux refus de rendez-vous.

L'ARBITRAGE

Appliquer la règle 1-1-1 pendant 30 jours.

LA VERSION PRODUITE

Une cible, un problème, un appel : diagnostic de prise de poste de 25 minutes.

CE QUE LE CAS NOUS APPREND

La constance rend les retours comparables et fait progresser le message.

MES NOTES

APPLIQUER

Votre décision d'application

Transformez les enseignements de cette partie en une décision testable.

AVANT D'ÉCRIRE

Les repères de correction de cette activité se trouvent dans la partie finale, à l'entrée 5.

La règle 1-1-1

Votre réponse...

Les critères de poursuite

Votre réponse...

Prochaine action, responsable et date

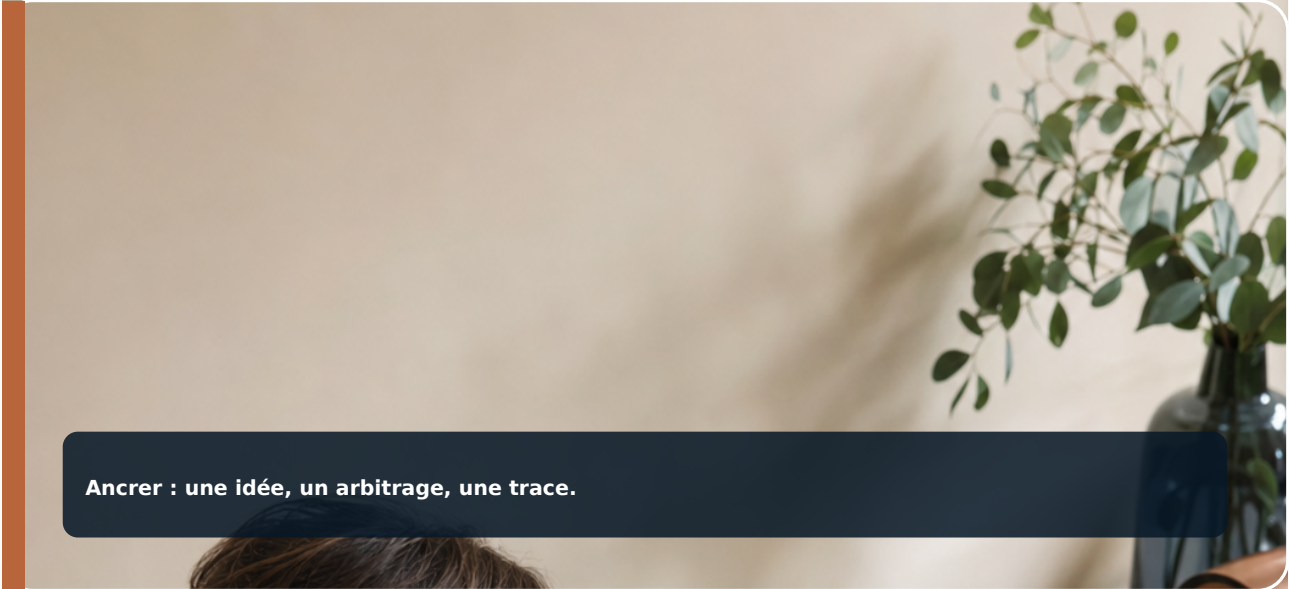
Votre réponse...

MES NOTES

ANCERER • L'INTENTION

Sept jours pour obtenir une réponse

Le guide n'est terminé que lorsque votre hypothèse rencontre le marché.



Ancrer : une idée, un arbitrage, une trace.

LE MOUVEMENT À ACCOMPLIR

Transformer les idées de cette partie en une décision concrète et testable.

MES NOTES

COMPRENDRE

Le plan

LE FIL DE LA DÉCISION



- Jour 1 - sélectionner trois segments et remplir la matrice.
- Jour 2 - choisir le segment prioritaire et rédiger l'hypothèse.
- Jour 3 - identifier vingt personnes joignables.
- Jour 4 - envoyer dix demandes d'entretien personnalisées.
- Jour 5 - conduire les premiers entretiens.
- Jour 6 - regrouper les mots, coûts et déclencheurs récurrents.
- Jour 7 - décider : poursuivre, préciser ou changer d'hypothèse.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

COMPRENDRE

Votre livrable final

LE FIL DE LA DÉCISION



Rédigez une fiche d'une page : cible, déclencheur, problème, résultat, alternatives actuelles, preuve observée, canal d'accès et décision pour les 30 prochains jours. Cette fiche devient la fondation de votre offre claire.

À INSCRIRE DANS VOS NOTES

Notez maintenant la phrase, le fait ou la décision que vous voulez conserver de cette page.

MES NOTES

OBSERVER

Mise en situation : Nadia passe de l'idée à la décision

Lisez le cas comme un raisonnement, pas comme une recette. Cherchez ce qui change entre l'avant et l'après.

AU DÉPART

Beaucoup de notes mais aucune décision commerciale.

L'ARBITRAGE

Executer le sprint terrain et definir des seuils avant le test.

LA VERSION PRODUITE

20 contacts, 10 demandes, 5 entretiens, 2 demandes de proposition : hypothese poursuivie.

CE QUE LE CAS NOUS APPREND

La validation repose sur des comportements, pas sur une impression generale.

MES NOTES

APPLIQUER

Votre décision d'application

Transformez les enseignements de cette partie en une décision testable.

AVANT D'ÉCRIRE

Les repères de correction de cette activité se trouvent dans la partie finale, à l'entrée 6.

Le plan

Votre réponse...

Votre livrable final

Votre réponse...

Prochaine action, responsable et date

Votre réponse...

MES NOTES

REPERES DE CORRECTION

Vérifier la qualité d'une réponse, pas recopier un modèle

La plupart des activités de ce guide n'ont pas une seule bonne phrase. Les pages suivantes montrent une réponse possible issue du cas fil rouge et les critères qui permettent d'évaluer votre propre travail.

PRINCIPE DE CORRECTION

Votre réponse est solide si elle est spécifique, observable, cohérente avec les faits et reliée à une prochaine action.

MES NOTES

CORRECTION • VOIR

Le marché ne choisit pas les généralistes

Listez jusqu'à six segments que vous pourriez aider. Décrivez une situation précise, pas seulement un métier.

EXEMPLE DE RÉPONSE - NADIA

Trois hypothèses : prise de poste manager, croissance rapide, tensions après reorganisation.

Les critères d'une réponse solide

- La formulation nomme une situation ou un fait concret.
- Elle répond explicitement aux champs essentiels : Segment : qui vit la situation ?, Moment déclencheur : qu'est-ce qui vient de se produire ?, Problème visible : que veut-il résoudre maintenant ?.
- Elle conduit à une décision, un livrable ou un test daté.
- Elle peut être comprise sans connaître votre méthode.

Le signal à rechercher ensuite

Une situation déclenchante est plus utile qu'un portrait démographique.

POUR PROGRESSER

Si votre réponse reste générale, revenez au dernier fait observable et ajoutez une date de test.

MES NOTES

CORRECTION • VOIR

C.I.B.L.E. : cinq critères pour décider

Produire une décision concrète à partir de la partie.

EXEMPLE DE RÉPONSE - NADIA

La prise de poste manager arrive en tete : besoin urgent, contacts accessibles, expertise credible.

Les critères d'une réponse solide

- La formulation nomme une situation ou un fait concret.
- Elle distingue ce qui est observé de ce qui reste supposé.
- Elle conduit à une décision, un livrable ou un test daté.
- Elle peut être comprise sans connaître votre méthode.

Le signal a rechercher ensuite

La matrice ne choisit pas a votre place ; elle rend les hypotheses discutables.

POUR PROGRESSER

Si votre réponse reste générale, revenez au dernier fait observable et ajoutez une date de test.

MES NOTES

CORRECTION • MOUVOIR

Du pressentiment à l'hypothèse

Rédigez une seule phrase puis entourez les trois éléments qui reposent encore sur une supposition.

EXEMPLE DE RÉPONSE - NADIA

Hypothèse : dans les 90 jours suivant une promotion, les managers cherchent à cadrer leur équipe sans perdre la relation avec leurs anciens pairs.

Les critères d'une réponse solide

- La formulation nomme une situation ou un fait concret.
- Elle répond explicitement aux champs essentiels : Segment, Déclencheur, Résultat recherché.
- Elle conduit à une décision, un livrable ou un test daté.
- Elle peut être comprise sans connaître votre méthode.

Le signal à rechercher ensuite

Le coût de l'inaction devient concret : arbitrages évités, tensions et perte de temps du N+1.

POUR PROGRESSER

Si votre réponse reste générale, revenez au dernier fait observable et ajoutez une date de test.

MES NOTES

CORRECTION • MOUVOIR

Écouter le terrain sans lui vendre

Après chaque échange, notez les mots exacts de la personne et classez les signaux.

EXEMPLE DE RÉPONSE - NADIA

Sept entretiens sur dix citent la difficulté à recadrer un ancien collègue.

Les critères d'une réponse solide

- La formulation nomme une situation ou un fait concret.
- Elle répond explicitement aux champs essentiels : Phrase exacte du problème, Solution déjà tentée, Coût observé.
- Elle conduit à une décision, un livrable ou un test daté.
- Elle peut être comprise sans connaître votre méthode.

Le signal à rechercher ensuite

Les faits récents apportent plus de signal que les intentions polies.

POUR PROGRESSER

Si votre réponse reste générale, revenez au dernier fait observable et ajoutez une date de test.

MES NOTES

CORRECTION • ANCRER

Choisir sans s'enfermer

Produire une décision concrète à partir de la partie.

EXEMPLE DE RÉPONSE - NADIA

Une cible, un problème, un appel : diagnostic de prise de poste de 25 minutes.

Les critères d'une réponse solide

- La formulation nomme une situation ou un fait concret.
- Elle distingue ce qui est observé de ce qui reste supposé.
- Elle conduit à une décision, un livrable ou un test daté.
- Elle peut être comprise sans connaître votre méthode.

Le signal à rechercher ensuite

La constance rend les retours comparables et fait progresser le message.

POUR PROGRESSER

Si votre réponse reste générale, revenez au dernier fait observable et ajoutez une date de test.

MES NOTES

CORRECTION • ANCRER

Sept jours pour obtenir une réponse

Produire une décision concrète à partir de la partie.

EXEMPLE DE RÉPONSE - NADIA

20 contacts, 10 demandes, 5 entretiens, 2 demandes de proposition : hypothèse poursuivie.

Les critères d'une réponse solide

- La formulation nomme une situation ou un fait concret.
- Elle distingue ce qui est observé de ce qui reste supposé.
- Elle conduit à une décision, un livrable ou un test daté.
- Elle peut être comprise sans connaître votre méthode.

Le signal à rechercher ensuite

La validation repose sur des comportements, pas sur une impression générale.

POUR PROGRESSER

Si votre réponse reste générale, revenez au dernier fait observable et ajoutez une date de test.

MES NOTES

GLOSSAIRE ET INDEX

Les mots utiles, retrouvés au bon endroit

Chaque définition tient en une phrase. Les numéros renvoient aux pages d'ouverture des parties dans lesquelles la notion est introduite ou mobilisée.

Cible prioritaire	Segment choisi pour concentrer les messages et les tests pendant une période donnée.	5, 29, 35
Segment	Groupe d'acheteurs partageant une situation, un déclencheur ou un problème comparable.	5, 10
Déclencheur	Événement observable qui transforme un besoin latent en sujet prioritaire.	5, 10, 19
C.I.B.L.E.	Grille de comparaison : contexte, intensité, budget, localisation et expertise.	10
Hypothèse commerciale	Formulation explicite de ce que vous supposez au sujet d'un marché et que vous allez tester.	19, 35
Coût de l'inaction	Temps, argent, risque ou opportunité perdue lorsque rien ne change.	5, 19, 24
Entretien de validation	Conversation qui recherche des faits passés et des engagements plutôt que des opinions polies.	24
Signal	Comportement observable qui renforce ou fragilise une hypothèse.	24, 29, 35
Règle 1-1-1	Discipline temporaire : une cible, un problème, un appel à l'action.	29
Sprint terrain	Séquence courte d'actions destinée à produire rapidement des preuves de marché.	35

MES NOTES

CONTROLLER

Votre checklist avant le terrain

Cochez uniquement ce que vous pouvez expliquer ou montrer. Un point non coché devient une hypothèse à travailler, pas une raison de tout retarder.

- ☐ La cible est decrite par une situation et un declencheur.
- ☐ Le probleme produit une consequence observable.
- ☐ Le decideur et la personne impactee sont identifies.
- ☐ Au moins un canal permet de joindre vingt personnes cette semaine.
- ☐ Les alternatives deja utilisees sont connues.
- ☐ Les mots exacts du terrain remplacent le jargon interne.
- ☐ Une prochaine action engageante est definie.
- ☐ Une date de revue empeche de changer d'avis chaque jour.

MES NOTES

PASSER A L'ACTION

Votre plan d'application

Avancez dans l'ordre et datez chaque étape. Une progression visible vaut mieux qu'une intention parfaite.

1

Formuler trois hypotheses de segment.

Date : _____

2

Comparer les hypotheses avec C.I.B.L.E.

Date : _____

3

Identifier vingt contacts correspondant au segment retenu.

Date : _____

4

Conduire cinq a dix entretiens factuels.

Date : _____

5

Regrouper declencheurs, couts, alternatives et objections.

Date : _____

6

Decider de poursuivre, preciser ou changer.

Date : _____

MES NOTES

LA SUITE

Votre guide est rempli. Votre prochaine décision commence maintenant.

Vous disposez des critères, des exemples, des exercices et d'une première version. L'étape suivante consiste à confronter ce travail au marché et à accélérer les arbitrages qui restent difficiles.



VOTRE ACQUIS

À la fin, vous aurez choisi une cible prioritaire, formulé le problème qu'elle paie pour résoudre et défini un test terrain sur 7 jours.

Offre Claire

Vous avez identifié la bonne cible, mais votre offre reste difficile à structurer ou à présenter ? L'accompagnement Offre Claire transforme ce choix en promesse, format et argumentaire cohérents.

Découvrir l'accompagnement sur iconseil.fr

Cédric Benittah - contact@iconseil.fr - iconseil.fr

MES NOTES
