

Un guide mastartupreussit.fr

Nouvelle  
version

**7 étapes**  
**pour créer un produit aussi**  
**désirable que celui d'une**  
**grande marque**

Lotfi Benyelles

L'importance d'un  
positionnement réussi

Lorsque nous essayons de vendre un produit, en B2C comme en B2B, nous cherchons à convaincre notre client que notre produit lui est **nécessaire**.

Toutefois, **la nécessité et l'utilité** d'un produit ne suffisent pas à déclencher un achat.

**Pour être vendu efficacement, un  
produit doit avant tout être  
positionné.**

**Positionner** un produit,  
c'est le situer parmi les **références**  
**culturelles** d'un prospect.

# Caractéristiques d'un produit positionné

- Il a une cible clairement identifiée
- Sa communication emploie le langage de sa cible
- Il répond aux préoccupations de sa cible (plutôt que de présenter les fonctionnalités du produit)
- Il met en avant des qualités différentes des offres concurrentes

# Transferwise bien positionné

The screenshot shows the Transferwise website interface. At the top, there is a navigation bar with the Transferwise logo, language selection (Français), and links for 'Entreprise', 'Compte multi-devises', 'Aide', 'Se connecter', and 'S'inscrire'. The main content area features a large heading: 'Envoyez de l'argent à l'étranger. Moins de frais. Plus rapide.' Below this, a sub-headline states: 'Les banques peuvent vous facturer jusqu'à 5 % de frais cachés lorsque vous envoyez de l'argent à l'étranger. Transferwise est jusqu'à 8 x moins cher. C'est tout simplement honnête.' A video player icon is followed by the text 'Regardez comment ça fonctionne en 1 minute'. The central part of the interface is a transfer form. It shows 'Vous envoyez 1 000 EUR' with a dropdown menu for the currency. Below this, there is a link 'Voir le détail des frais' and a breakdown of costs: '- 6,95 EUR Total des frais' and '79,73404 Taux garanti (48 heures)'. The recipient section shows 'Le bénéficiaire reçoit 79 179,89 INR' with a lock icon and a dropdown menu for the currency. Below the form, it states 'Vous économisez jusqu'à : 37.70 EUR' and a large green 'Commencer' button. At the bottom, there are three icons with text: a padlock icon for 'Régulé par la FCA En savoir plus', a speech bubble icon for '35 000 avis positifs Lisez-les sur Trustpilot', and a group of people icon for 'Plus de 2 millions de clients Consultez leurs commentaires'.

La startup de transfert de fond Transferwise positionne clairement son produit.

Elle emploie les mots qui répondent aux besoins et aux intérêts de ses prospects (Rapidité, moins de frais, honnêteté et transparence). Le langage est simple.

Pour aller plus loin : [Positioning, the battle for your mind](#)

# Un leader qui se considère comme déjà positionné

WESTERN UNION WU

Envoyer de l'argent Suivre un transfert Points de vente Aide

Se connecter S'inscrire

## C'EST ENVOYER DE L'ARGENT PRESQUE PARTOUT DANS LE MONDE.

De presque n'importe où dans le monde.

Envoyer de l'argent

S'inscrire

Soyez informé. Soyez attentif. Protégez-vous de la fraude.

Western union met en avant son réseau de distribution mondial et sa notoriété.

Comme beaucoup de leaders, elle considère qu'elle est déjà positionnée dans l'esprit de ses clients et qu'elle n'a pas à préciser son positionnement.

Pour aller plus loin : [Positioning, the battle for your mind](#)

# Juicero, une startup qui oublie de se positionner



Pour aller plus loin : [Positioning, the battle for your mind](#)

Juicero (faillite en 2017) proposait une machine à jus de fruits rechargeable, sur le modèle de Nespresso. Elle mettait en avant la qualité de sa machine :

- Une machine à pression puissante et connectée
- Aucun déchet
- Des jus froids et sains ...

**Ces points sont des caractéristiques techniques de son système et non un positionnement.**

Du produit positionné au  
produit désirable : le rôle  
des aspirations

Un produit bien positionné est en mesure de répondre à des **aspirations** et pas uniquement à des besoins.

# Caractéristiques d'un produit qui répond à des aspirations

- Il adresse les aspirations au changement d'un individu
- Il satisfait une volonté du prospect de projeter une image idéale de lui-même.

# En 1988, Honda positionne sa nouvelle Civic sur le marché américain



En associant l'image du patin à roulette à celle de sa voiture, Honda se démarquait des autres constructeurs américains et japonais en ciblant le public féminin des villes.

Avec le patin, Honda valorisait ainsi le mode de vie artistique, sportif et urbain.

Pour aller plus loin : [Commencer par le pourquoi.](#)

# Marie Forleo se démarque dans le coaching et l'accompagnement à la création d'entreprise.

THE WORLD  
NEEDS THAT  
SPECIAL GIFT  
THAT ONLY  
YOU *have*.



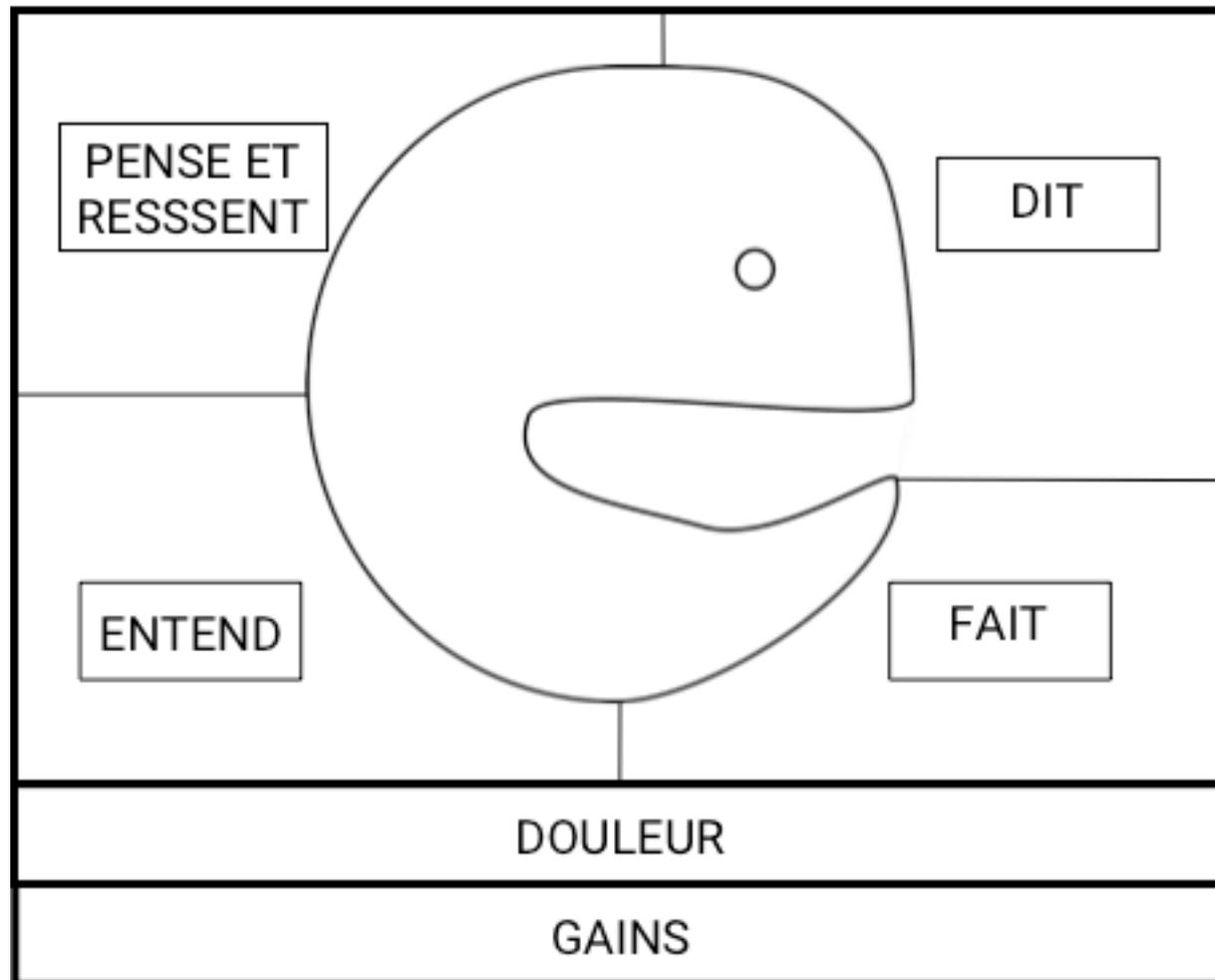
[Learn More](#)

Marie Forleo est une entrepreneuse du web. Dans ses vidéos et témoignages, elle insiste sur un accomplissement personnel propre à chaque personne. Elle ne parle jamais de critères apparents de réussite (voitures, argent, etc.). C'est ce qui la différencie de la très grande majorité des coachings en développement personnel du marché.

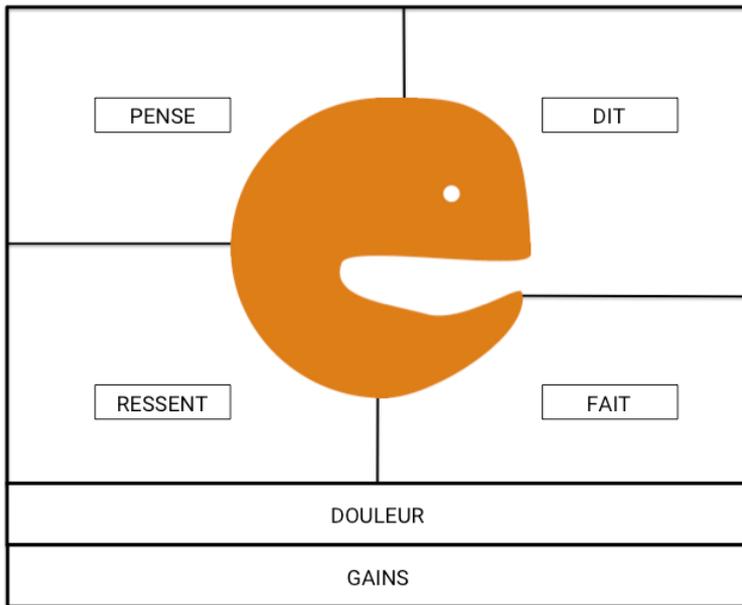
Pour aller plus loin : [Commencer par le pourquoi.](#)

Identifiez les aspirations de  
vos clients grâce à la carte  
d'empathie.

# Pour cerner les perceptions et les aspirations : la carte d'empathie

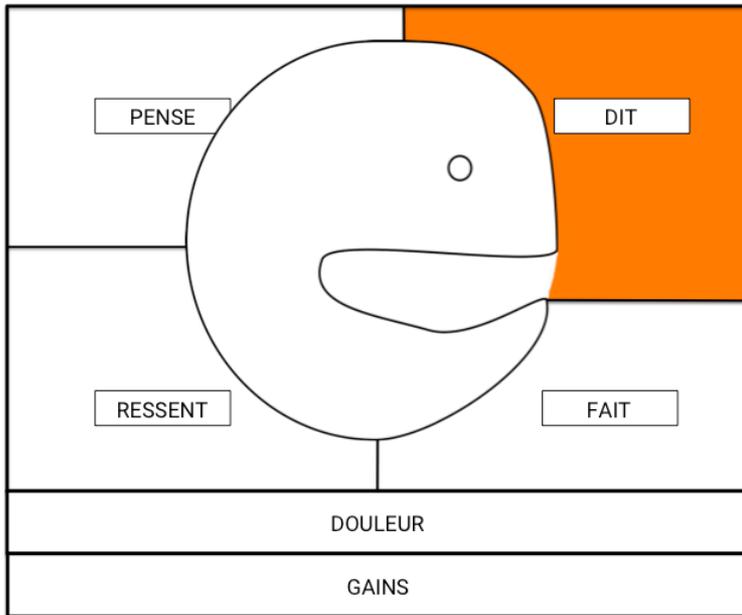


**Identifiez une personne type vis-à-vis de laquelle vous voudrez positionner (un futur prospect).**



**Il ne doit pas s'agir d'une personne existante, mais d'un profil (sexe, âge, travail, hobbies) qui représentera votre cible.**

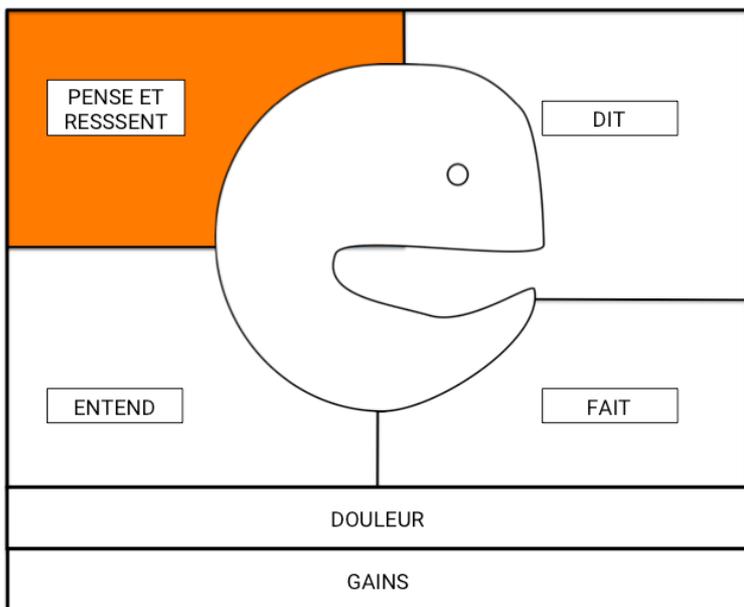
**Qu'est-ce que la personne dit de la situation qu'elle vit, du problème auquel elle est confrontée ?**



**Ce qu'elle dit ?**

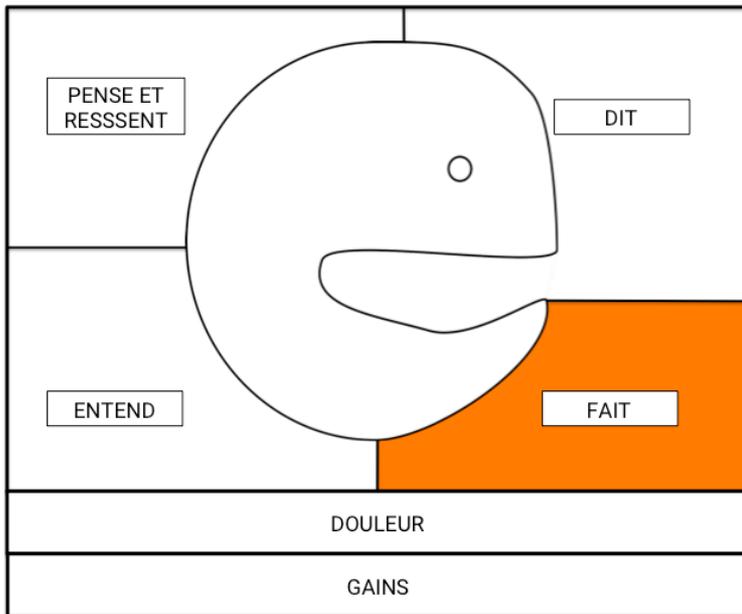
**Comment formule-t-elle les choses ?**

**Ce qu'elle pense de la situation dont elle vient de parler. Aller au delà des choses formulées dans la partie précédente.**



**Les émotions qu'elle exprime au moment où elle dit les choses.**

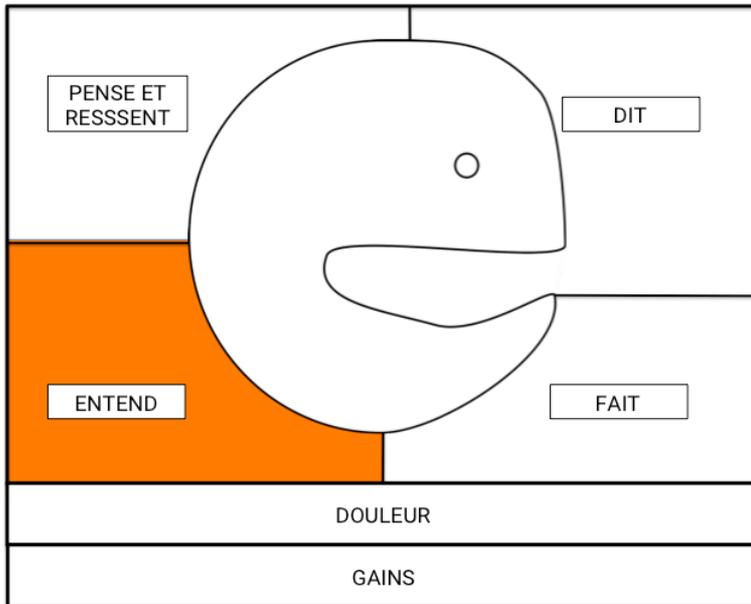
**Les actions qu'elle mène lorsqu'elle est confrontée à la situation décrite.**



**Ce qu'elle fait !**

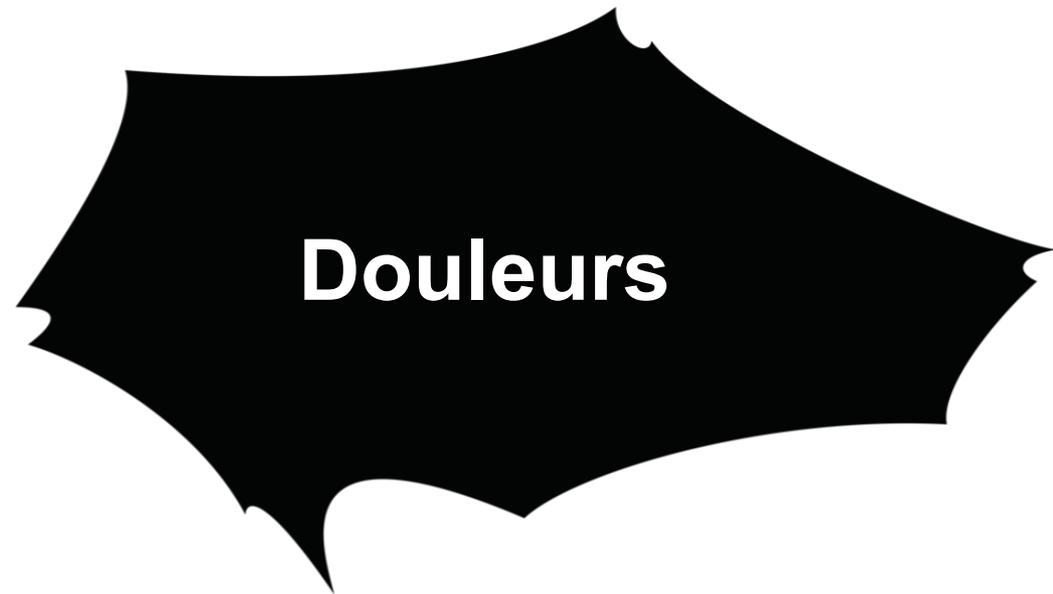
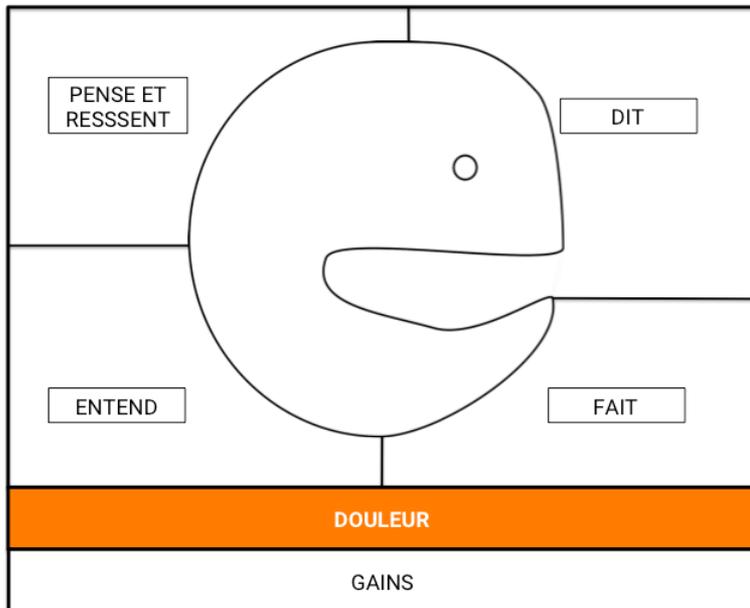
**S'il tente de résoudre un problème, quelles sont les difficultés qu'il rencontre.**

# Les croyances et les propos de son entourage



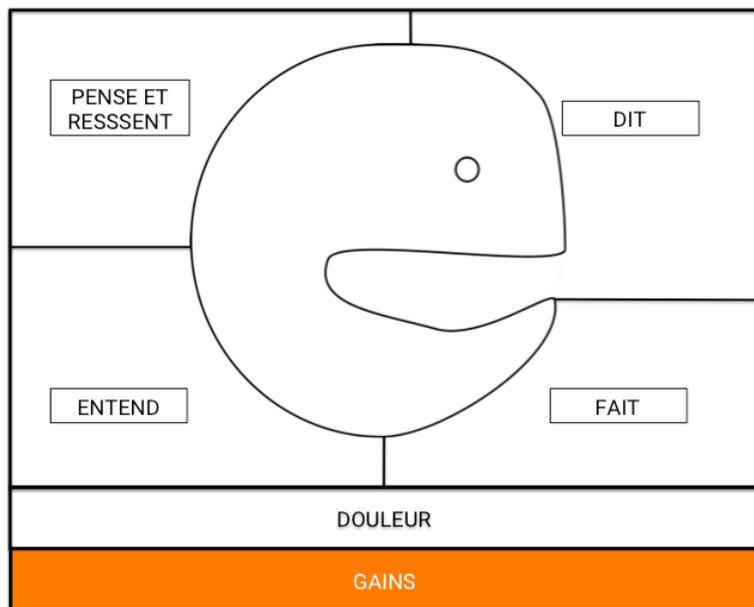
**Comment ces propos influencent sa perception du problème**

# La situation et le problème vécu.



**Le formuler tel qu'ils vous viennent à l'esprit, puis avec les mots et les images de votre cible.**

**La manière dont sa situation s'améliorera une fois que la personne aura trouvé la solution à ses problèmes.**



**Là aussi, n'oubliez pas de les formuler avec les mots et les images de votre cible.**

Il est très **difficile** d'obtenir une carte  
d'empathie et un portrait exacte **du**  
**premier coup.**

Ce travail doit faire l'objet de **plusieurs**  
**allers-retours** avant d'obtenir une  
image précise.

Comment collecter les  
informations de sa carte  
d'empathie.

# Les données quantitatives

Les données de **Google Analytics** ou celles du **Pixel Facebook** vous permettent de caractériser votre public : caractéristiques démographiques et des centres d'intérêt, etc.

## Votre blog ou votre site web

Si vous avez déjà des outils de communication type **blog, page facebook, ou twitter**, vos statistiques de fréquentation vous indiquent quels sont les contenus les plus populaires.

En creux, vous pourrez vous faire une idée des préoccupations de votre cible.

# Enquêtes sur les forums

Les **posts des forums et les groupes Facebook** sont des sources intéressantes. C'est un lieu thématique où l'on va exprimer un blocage ou une difficulté.

Point d'attention : Ils regroupent souvent des **publics** plutôt **experts** avec des préoccupations qui peuvent être déjà trop formulées en termes de solution

## Les questionnaires en ligne

Le **questionnaire** est le moyen le plus répandu et l'un des plus **fiables** pour collecter de l'information sur les perceptions.

Ces questionnaires peuvent-être envoyées à des listes de contacts, des forums, des groupes facebook, etc.

## Les interviews in-situ

L'interview in situ est la façon la plus riche et la plus rapide d'obtenir les bonnes informations. L'entretien nous permet de pousser certaines questions et de **découvrir des choses inattendues.**

Nous aurons ainsi une idée précise des aspirations et des blocages du public que l'on cible.

MA STARTUP  
RÉUSSIT



[Le Blog](#)

[Le Podcast](#)