

## Feuille de route

Vous devez appliquer toutes ces étapes indispensables pour valider vos avancées.

On doit les retrouver sur tous les supports de communication, dans vos textes, sur votre site...

### Les étapes pour développer votre activité

Pour pérenniser son entreprise, il faut tout d'abord se concentrer sur..

- 1 cible
- 1 marché
- 1 offre
- 1 message

La dispersion est souvent mauvaise conseillère et empêche de rester FOCUS !

### Votre client idéal

C'est LA personne que vous voulez aider à résoudre 1 de ses problèmes.

Elle est disposée à investir dans VOTRE solution et elle peut se le permettre.

Il ne s'agit pas là de créer le besoin mais bien de répondre à celui qui existe déjà ; c'est un gain de temps et d'énergie.

### Votre promesse

Ce sont les résultats et les bénéfices que vos clients vont obtenir en travaillant avec vous.

C'est ici que doit apparaître VOTRE différence et VOTRE valeur ; vous n'êtes pas noyé dans la masse.

## Votre positionnement

C'est le moment de prendre une direction, de se décider pour un positionnement intermédiaire ou premium.

Il est en revanche déconseillé d'être perçu comme « low cost » ou le moins cher du marché à moins d'avoir beaucoup de budget pour mettre en avant ce positionnement.

## Votre personnalité

C'est peut-être LA clé la plus importante ; en effet on voit trop de « copier-coller » alors inutile de vouloir ressembler à tout le monde.

Soyez et restez vous-même et choisissez votre ton, celui que vous allez employer pour communiquer auprès de votre cible.

## Votre marketing de contenu

C'est là que vous devez apporter de la valeur pour attirer vos futurs clients en mettant en place 1 blog d'entreprise et en le faisant vivre.

La suite logique est votre newsletter qui permet de créer une connexion avec vos abonnés et asseoir votre crédibilité.

## Votre site

Là vous êtes chez vous et il vous faut en permanence optimiser votre site pour el faire vivre et gagner en référencement.

Il s'agit également de créer des formulaires d'inscriptions pour capter les mails de vos clients potentiels.

## Votre message marketing

Il s'agit de clarifier, et de savoir précisément ce que vous souhaitez pour avoir 1 message fluide et compréhensible par tous et surtout par votre cible idéale...

- Pour quelles personnes
- Pour régler quelle problématique
- Avec quelle solution

## Votre visibilité

Elle n'est là que pour générer du trafic et des prospects, c'est toujours important de garder ça en tête.

SEO, réseaux sociaux, webinars sont autant de points d'entrée qu'il faut utiliser en fonction de la stratégie choisie et de sa personnalité.

Les partenariats sont aussi un angle d'attaque à étudier afin de toucher plus largement sa cible et d'actionner de nouveaux canaux d'acquisition de clients.

## Vos actions de vente

Même quand on n'aime pas vendre et « se vendre » ça fait partie des bonnes pratiques à mettre en place et à réitérer régulièrement.

Alors autant faire en sorte d'en automatiser le maximum et surtout de le faire en douceur.

Les mails de relance ou les newsletters sont faits pour apporter de la valeur tout en entretenant des liens avec des prospects afin de les transformer en clients.

Les réseaux sociaux permettent à la fois de mieux connaître sa cible et de créer du lien ; ils sont également un bon trampoline plein pour tester ses offres et les affiner en fonction des retours mais encore faut-il s'en servir avec régularité.

## Votre plan d'actions

Pour être efficace dans vos avancées vous devez planifier !

Toutes les actions de visibilité et de vente ont leur place ; vous devez définir votre fréquence et vous y tenir.

Evidemment il faut avoir posé un objectif final pour suivre les intermédiaires.

Pour ça, il vous faut penser votre objectif « SMART »

- Spécifique (précis)
- Mesurable (chiffré)
- Atteignable (grâce aux actions mises en place)
- Réaliste (mais ambitieux)

- Temporellement défini (donc daté)

## Votre exécution

La théorie ne sert à rien sans la pratique donc passez à l'action avec régularité !

C'est la seule façon d'avoir des résultats.

Tout ne sera pas en place dès le début mais chaque petit pas vous permettra de vous améliorer et de créer un flux régulier de prospects à transformer en clients.

En résumé une bonne préparation est indispensable.

Des tableaux simplifiés sont de bons moyens de suivre les avancées au fil des semaines, mois, etc.

Et refaire de temps en temps le point sur les fondations même de son offre de valeur peut être un bon exercice pour ne pas se laisser rattraper par la routine.

Pour vendre il faut rester au plus près des problématiques de ses prospects et surtout employer en permanence le même vocable qu'eux tout en restant soi-même !

Créer le lien c'est bien, l'entretenir c'est mieux !

Alors même si certaines jours on a l'impression d'être trop insistant, il est bon de se rappeler que le marketing est basé sur la répétition et que les ventes en découlent.