

LE POSITIONNEMENT UNIQUE D'UNE ENTREPRISE

SE DISTINGUER ET DOMINER SON MARCHÉ

***PAR MATTIA SÉNADÉ GUIDIHOUN,
STRATÈGE & COACH EN LEADERSHIP ET BUSINESS***



QUI SUIS-JE ?

Coach & Formatrice : Leadership et Développement d'affaires

Auteure « Dans la Peau d'un Entrepreneur Hybride »

Dirigeante de MG BUSINESS GROUN inc.

PMP/ Gestionnaires de projets externe/ +15 d'expériences

Membre associée de la John Maxwell Leadership Team

Spécialiste du positionnement stratégique et la différenciation en ligne des entreprises





ORIGINE DU POSITIONNEMENT UNIQUE

- 1972 : Début de l'ère du positionnement

The positioning Era Cometh, Al Ries & Jack Trout

- Positionnement = Place spécifique qu'une entreprise occupe dans l'esprit de sa clientèle cible, grâce à un message clair, différenciateur et aligné sur ses valeurs.

***A QUOI PENSEZ – VOUS QUAND
VOUS VOULEZ :***

- ALLER À L'ÉPICERIE ?***
- ALLER AU GYM ?***
- ALLER AU RESTAURANT ?***



À QUOI PENSENT VOS CLIENTS QUAND ON ÉVOQUE VOTRE "ENTREPRISE" ?

- IMAGE IMPOSÉE PAR LE MARCHÉ ?
- IMAGE IMPOSÉE PAR VOUS LE/LA DIRIGEANT(E) ?





CLARTÉ & INTUITION

Le positionnement = Acte de leadership = Votre capacité de construction d'une marque influente.

Le positionnement exige une vision claire, une direction bien définie

POURQUOI LE POSITIONNEMENT UNIQUE ?

- Clarifier place marché à fortes concurrences
- Attirer clients idéaux (repousser les autres)
- Justifier vos offres de prix
- Construire une image forte, cohérente et durable
- ...





8 PILIERS D'UN BON POSITIONNEMENT

PILIERS CLÉS DE LEADERSHIP EN PRIORITÉ :

- Influence
- Respect
- Magnétisme

Un bon leader inspire confiance parce qu'il est clair, crédible et cohérent. Vos clients vous observent.



8 PILIERS D'UN BON POSITIONNEMENT

- Clarté
- Pertinence
- Crédibilité
- Différenciation
- Cohérence
- Évolutivité
- Attractivité
- Mémorabilité

Produits



- Qualité ou performance
- Engagement
- Innovation
- Esthétique
- Prix

Services



- Transformation concrète
- Méthode unique
- Valeurs
- Branding personnel
- Niche ultra ciblée
- Prix

LES TYPES POSITIONNEMENTS

9 ÉTAPES POUR ÉTABLIR UN BON POSITIONNEMENT



Pilier du processus : le leadership se développe chaque jour, pas en un jour



9 ÉTAPES POUR ÉTABLIR UN BON POSITIONNEMENT

- Clientèle cible ?
- Marché & concurrence ?
- Alignement : vision/mission/valeurs ?
- Domaine de référence ?
- Problème résolu ?
- Promesse ?
- Supports de promesses ?
- Phrase pivot ?
- Test & feedback ?

DONNEZ MOI DES EXEMPLES

Tanière³
Expérience
RELAIS &
CHATEAUX

Battuto

COSMOS 30 ANS

LA CAGE



CE QUI REND CES MARQUES PUISSANTES, C'EST LEUR
LEADERSHIP ÉMOTIONNEL ET STRATÉGIQUE.

EXERCICE À FAIRE

Compléter cette phrase : J'aide [client idéal] à [résultat spécifique] grâce à [méthode, produit ou approche unique]

- Checklist :
 - Est-ce clair ?
 - Y a-t-il un résultat concret ?
 - Qu'est-ce qui le rend unique ?

Votre phrase de positionnement est un aimant. Elle attire ce que vous incarnez.





CONCLUSION

Le positionnement marketing est bien plus qu'un choix stratégique. C'est une déclaration de leadership : une vision assumée., une promesse incarnée et un impact mesurable.

Ces 7 piliers du leadership sont INCONTOURNABLES dans votre entreprise : les lois de l'Influence, la Clarté, la Crédibilité, du Mirroir, du Magnétisme, de la Connexion et du Momentum.

COMMENT LE FAIRE ? QUI PEUT VOUS AIDER ?

DES QUESTIONS ?

QUE RETENEZ VOUS D'UTILE ?

Merci

