

CONSTRUIRE UNE PROPOSITION DE VALEUR FORTE : 3 COMPOSANTS

Vous pouvez tester les tactiques marketing les plus sophistiquées du monde, il y a une réalité à laquelle vous allez devoir tôt ou tard faire face :

Vos prospects achètent une proposition de valeur. Point.

Que celle-ci soit distribuée sur Insta ou LinkedIn, qu'elle soit "pas chère" ou qu'elle contienne de l'IA ou pas, tout ça n'a aucune importance si elle ne répond pas à un vrai besoin.

Pour m'aider à définir (ou challenger) celles de mes clients, je me pose toujours deux questions très basiques :

- Pourquoi c'est bien ?
- Pourquoi c'est mieux ?

Et derrière je m'assure de verrouiller 3 composants :

- Valeur ajoutée → offre des avantages *clairs*
- Différenciation → se distingue des autres solutions
- Preuves → a déjà été utilisé avec succès

- C'est à partir de ça que vous allez pouvoir construire des stratégies ambitieuses et qui génèrent des performances (ce n'est pas pour rien que ça fait partie de mon modèle "CTVP" 😊).



Jordan Chenevier-Truchet
@jordanchenevier

CONSTRUIRE UNE PROPOSITION DE VALEUR FORTE : 3 COMPOSANTS

Jordan Chenevier-Truchet

@jordanchenevier



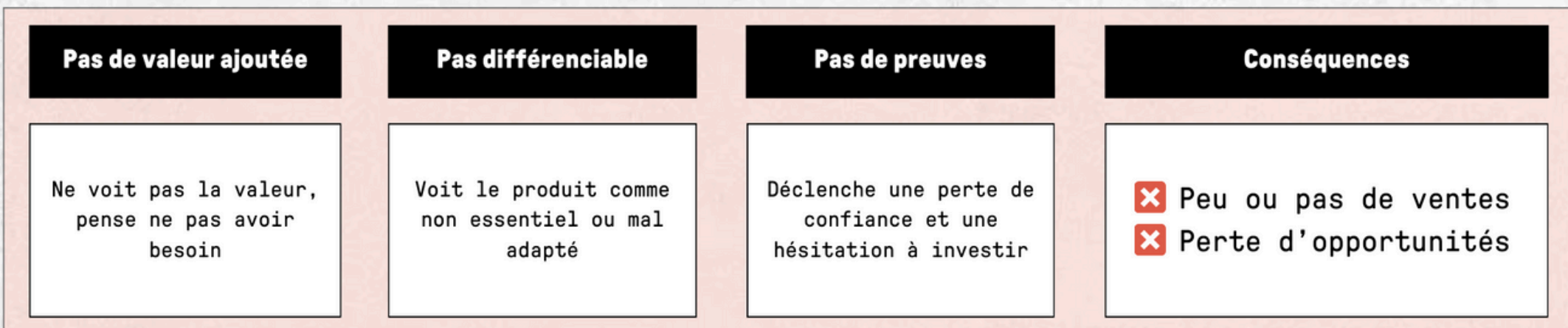
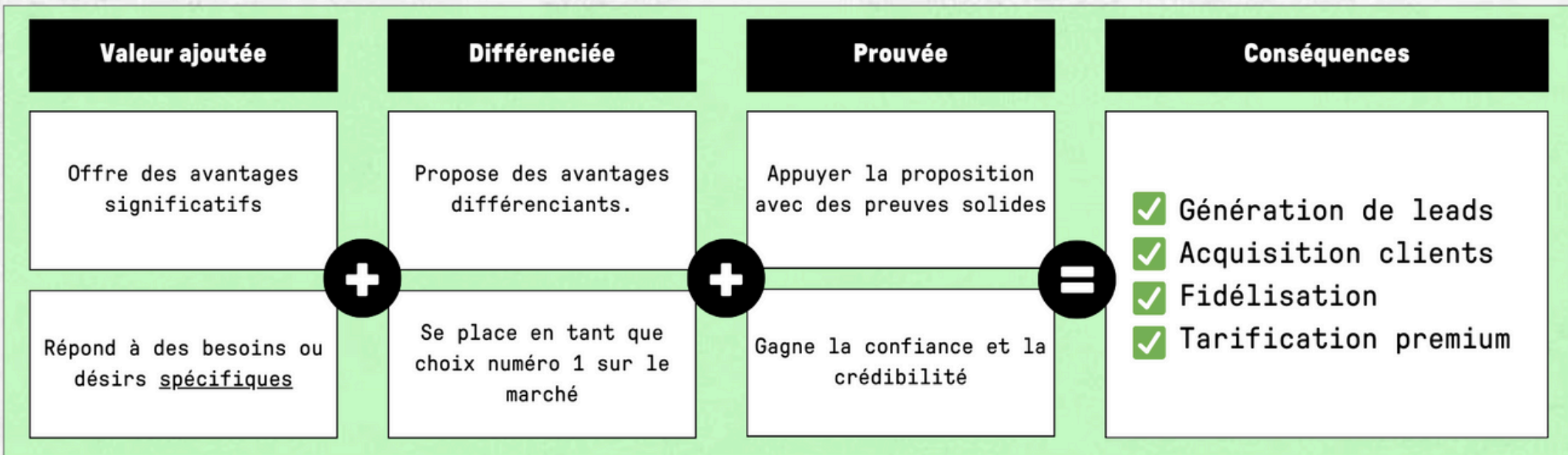
Enregistre



Partage



Like



Impact

Pricing • Acquisition • Conversion • Rétention • Engagement • Confiance • Croissance