

Skifo

# Ma proposition de vente unique

USP : Unique Selling Point



# La proposition de vente unique

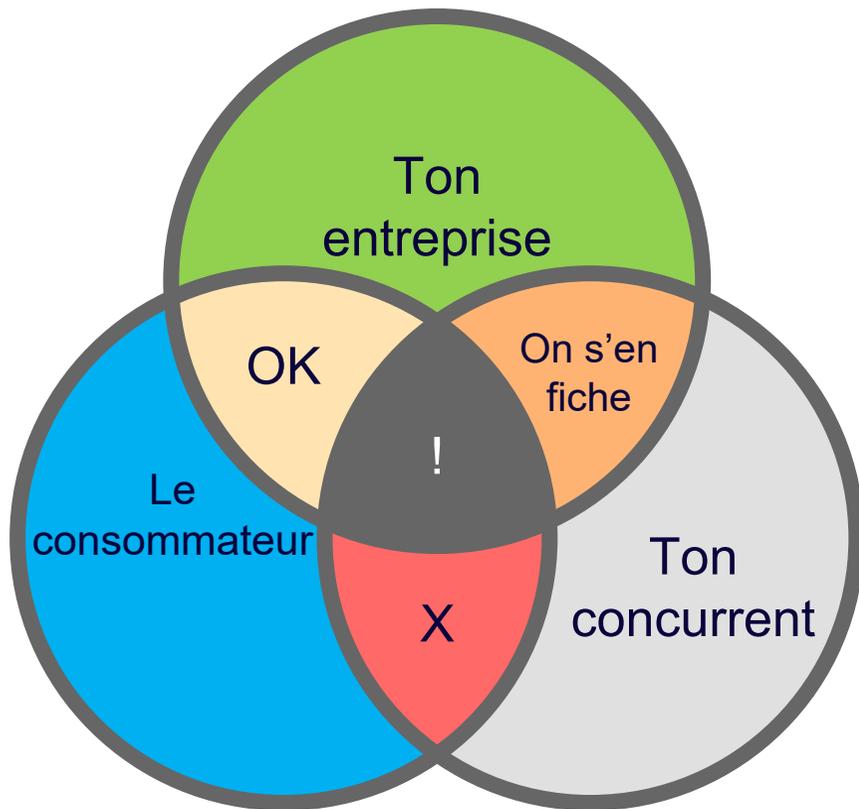
Une proposition de vente unique est ce qui te différencie de tes concurrents, ce qui fera que tes clients te choisiront parce que tu auras su répondre de façon plus précise à leur besoin.

Cela rejoint à mettre en place une stratégie « océan bleu », c'est-à-dire un marché sur lequel tu es unique, en comparaison de « l'océan rouge sang » où se battent tous tes concurrents.

Lorsque tu es dans un océan rouge, tu ne peux que baisser les prix ou baisser la qualité, ce qui te conduit tôt ou tard à mettre la vie de ton entreprise en péril.

*NB : Si la place réservée aux réponses n'est pas suffisante sur certaines fiches, complète tes réponses sur une feuille séparée.*





Zone gagnante

Zone perdante

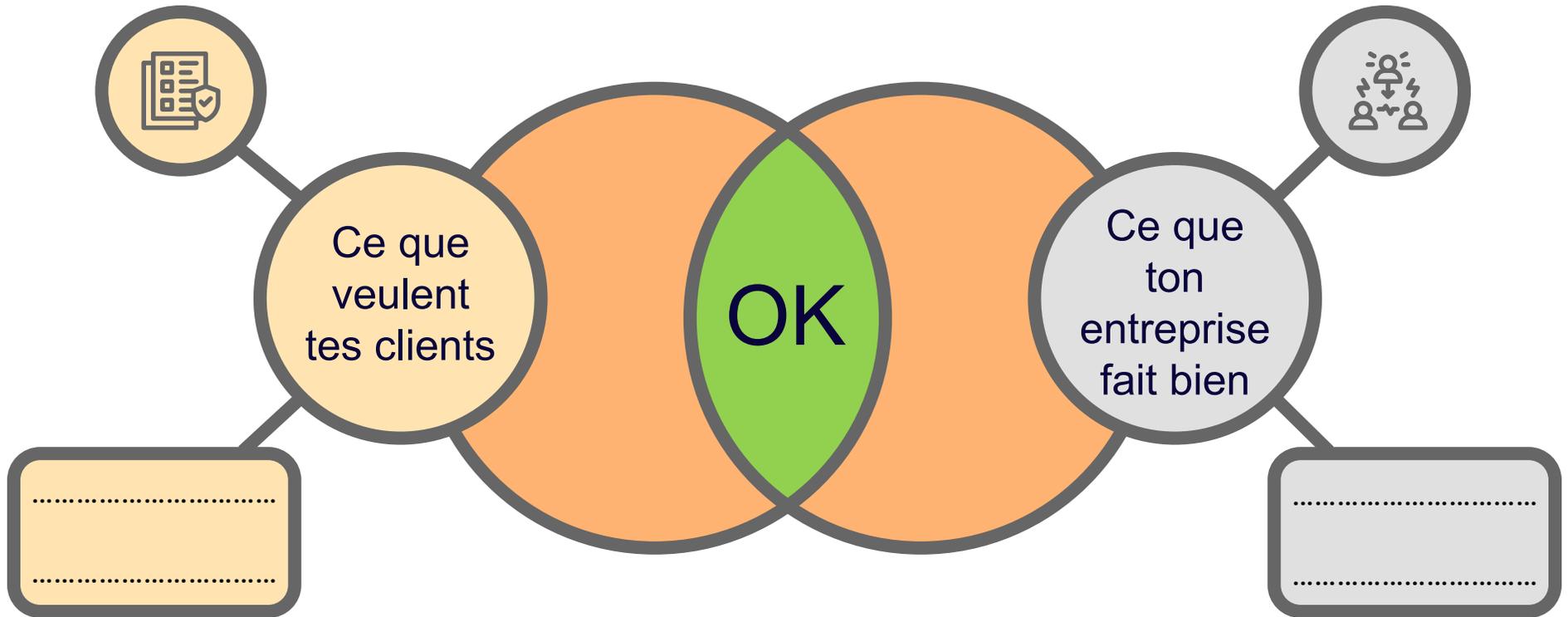
Risque

On s'en fiche

# Tes forces et faiblesses

BON		MAUVAIS	
	.....		.....
	.....		.....
	.....		.....

# La zone idéale



# Estimation de l'offre

Fidélité à la marque

..... / 10

Innovation

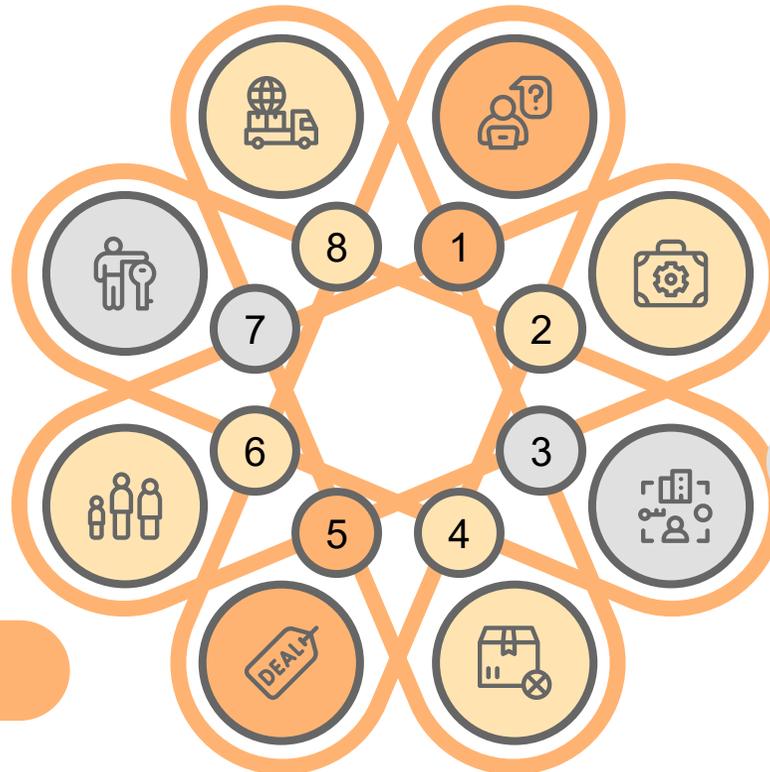
..... / 10

Capacité à me faire connaître

..... / 10

Maîtrise des approvisionnements

..... / 10



Exclusivité de l'offre

..... / 10

Réactivité

..... / 10

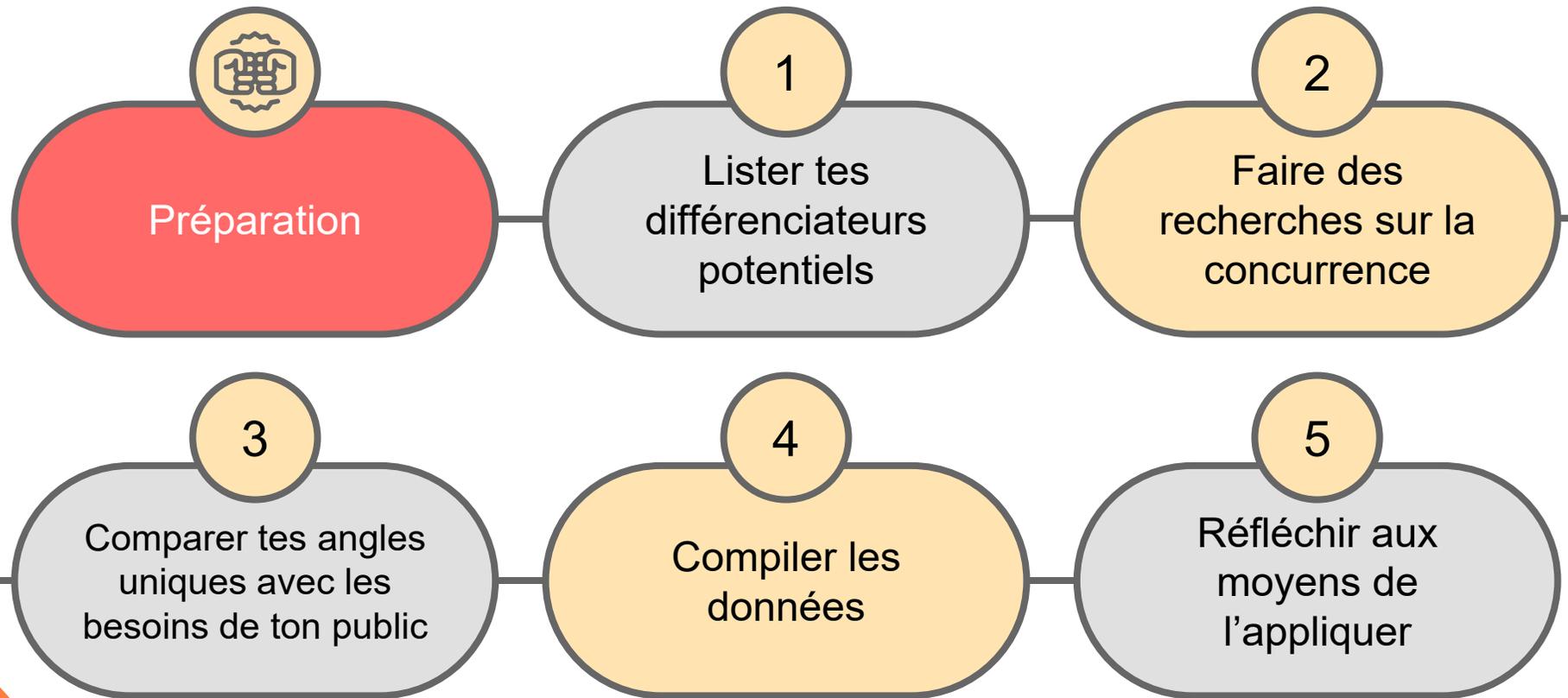
Propriété intellectuelle

..... / 10

Emplacement

..... / 10

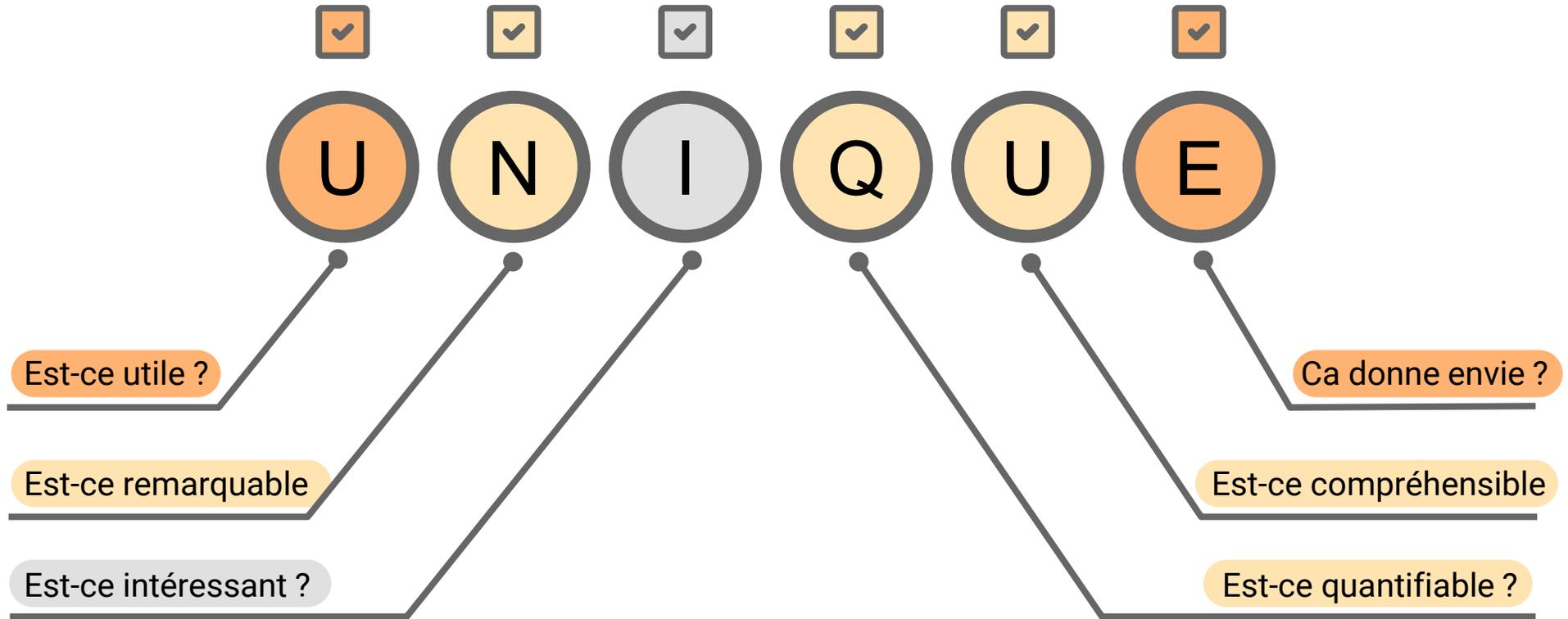
# Étapes pour établir ton offre unique



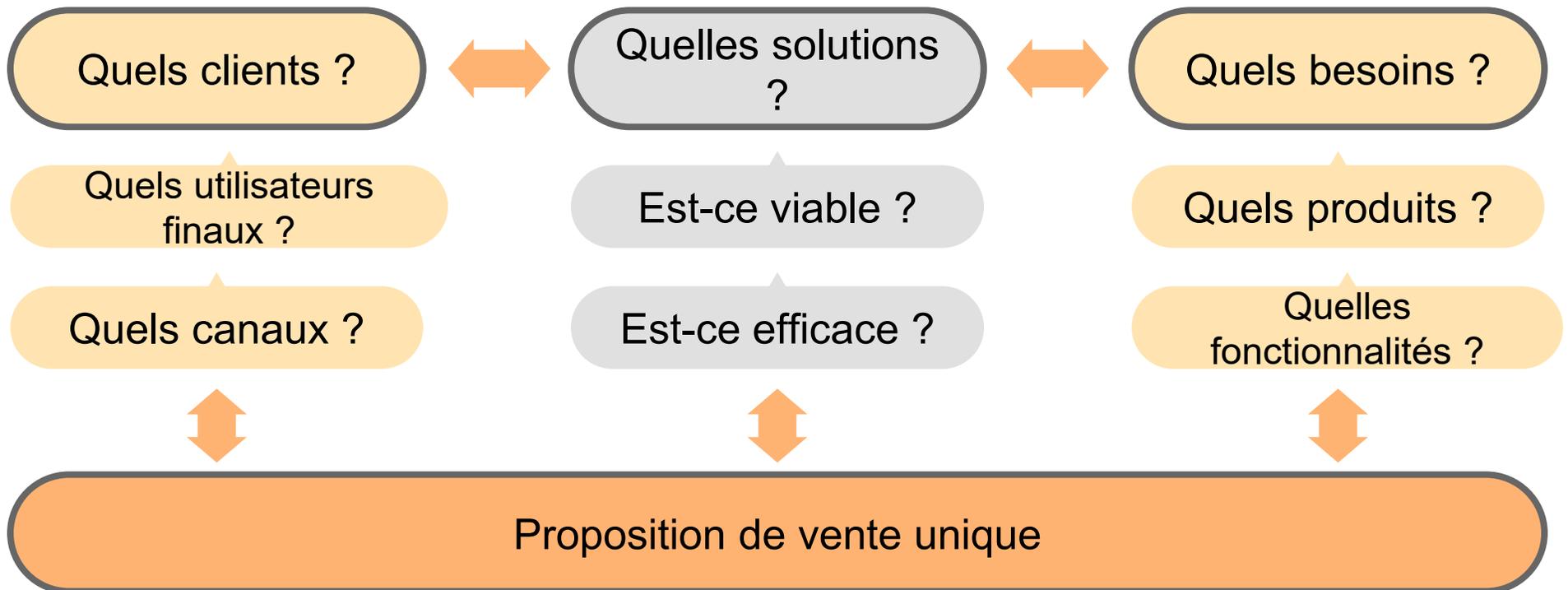
# Étude stratégique

Le problème	Quel est le pb de mon client ? ..... ....	La solution	Comment résoudre le problème de mon client ? ..... ....
	La concurrence		Pourquoi mes principaux concurrents sont-ils connus ? ..... ....
Les différences	En quoi suis-je différent des autres ? ..... ....	Les caractéristiques	Pour quelles fonctionnalités est-ce que je veux être connu ? ..... ....

# Ton service est-il unique ?



# Les points à définir



# Une proposition unique percutante

Pour remplir la fiche suivante, tu va devoir identifier:

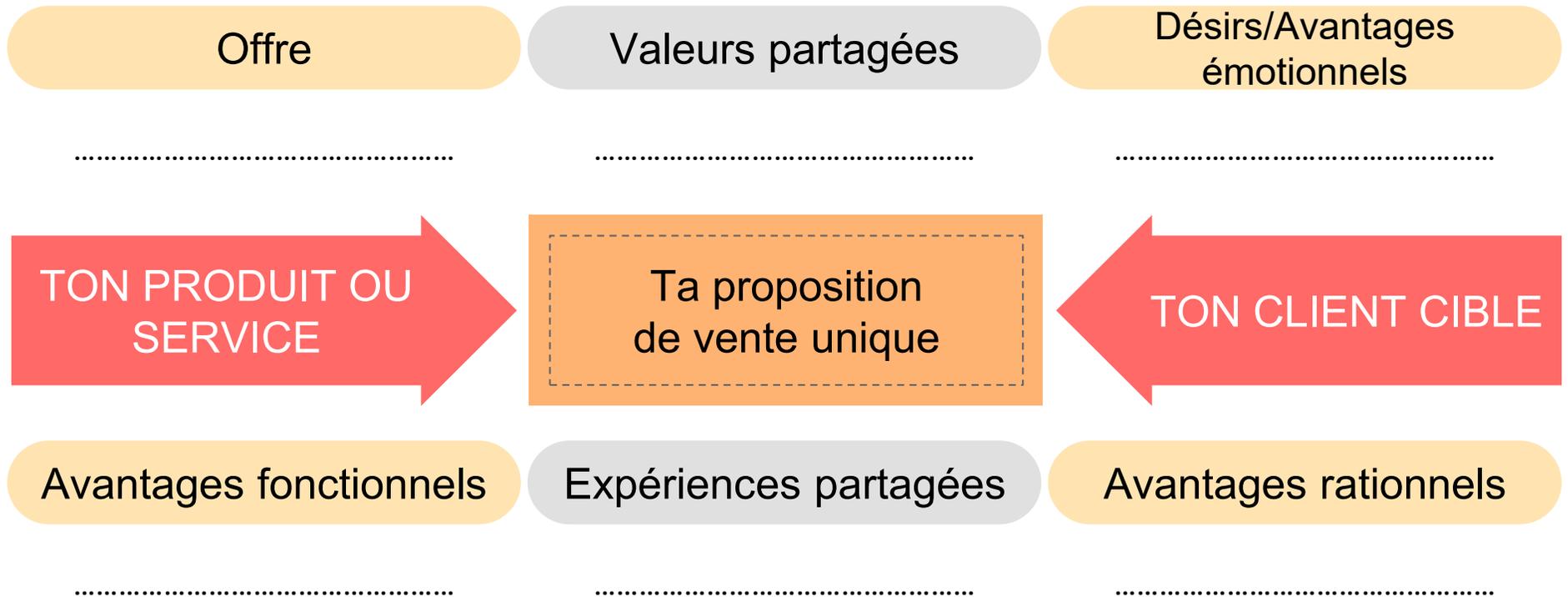
- Ton produit ou service en y détaillant les avantages fonctionnels
- Ton client cible en recherchant quels sont ses désirs et les avantages émotionnels qu'il en retire (Amour du produit, davantage de sérénité...) ainsi que les avantages rationnels (gain de temps, d'argent, facilité d'utilisation...),

Tu chercheras ensuite à définir quelles sont la valeurs que vous partagez ton client et toi, et pour finir si vous avez vécues le même type d'expériences au sujet de ton produit ou service.

*NB : Si la place réservée aux réponses n'est pas suffisante, complète tes réponses sur une feuille séparée.*

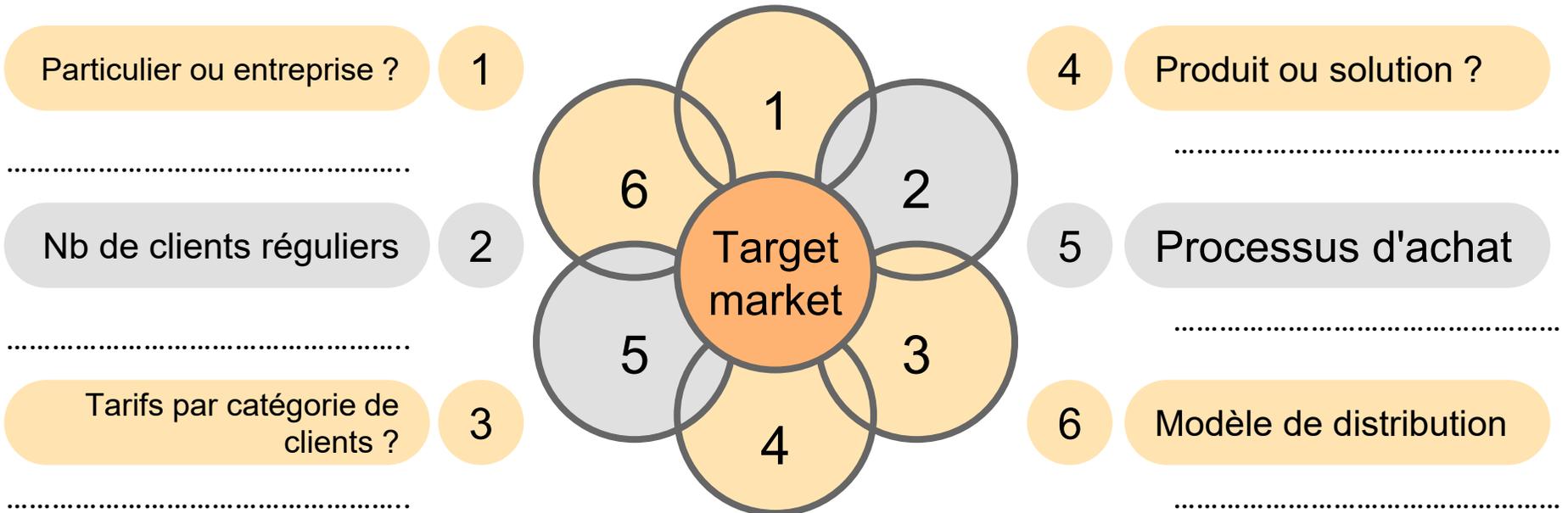


# Une proposition unique percutante

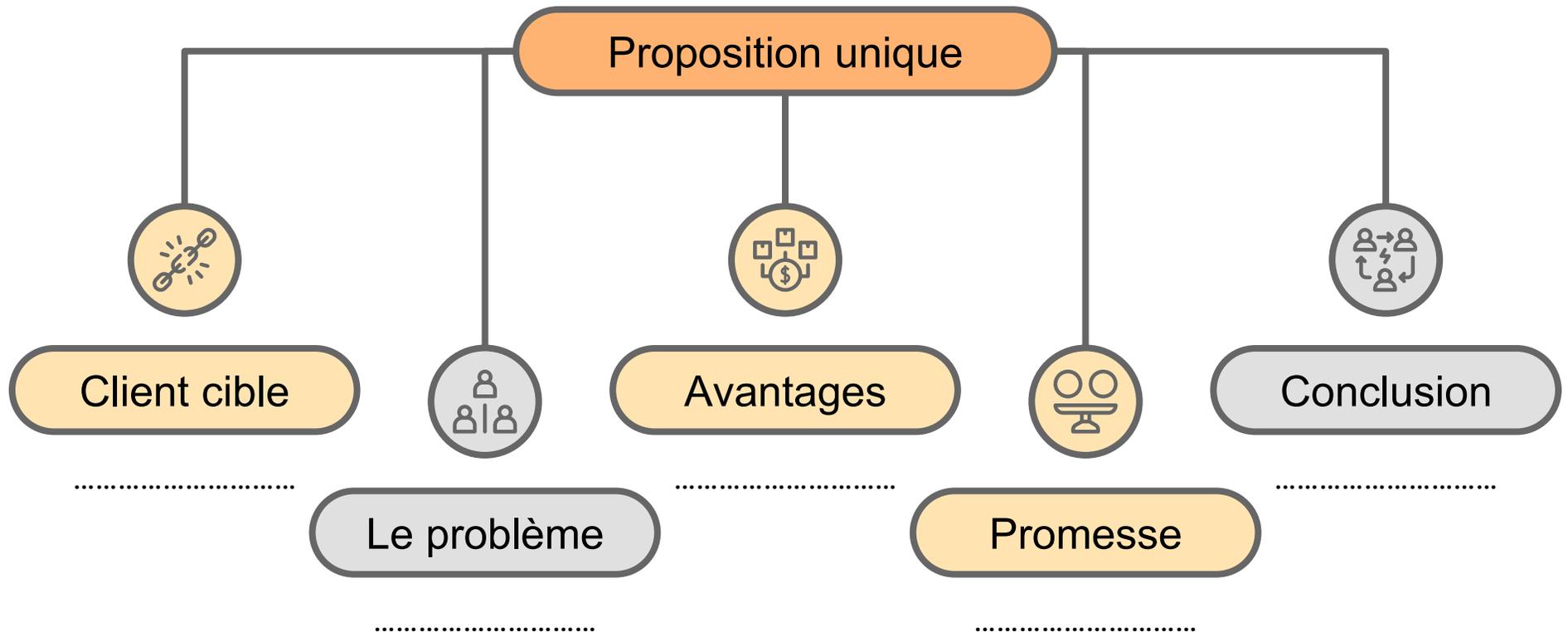


# A qui vends-tu ?

## A qui vends-tu ?

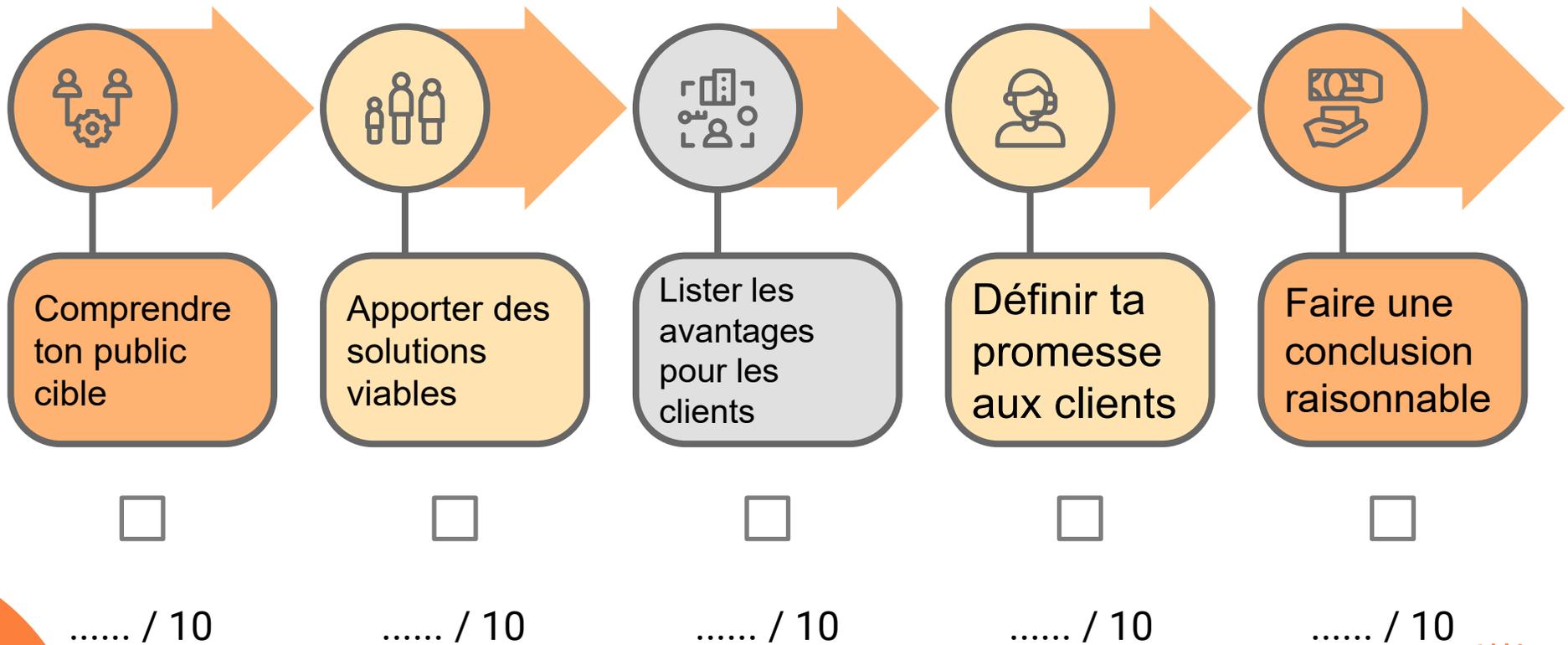


# Bien définir ta proposition unique



# P.U. Auto évaluation 1 / 2

Tes capacités à :



# P.U. Auto évaluation 2 / 2

## Tes capacités à :

① Identifier les menaces

..... / 10



③ Aligner les objectifs futurs avec le présent

..... / 10

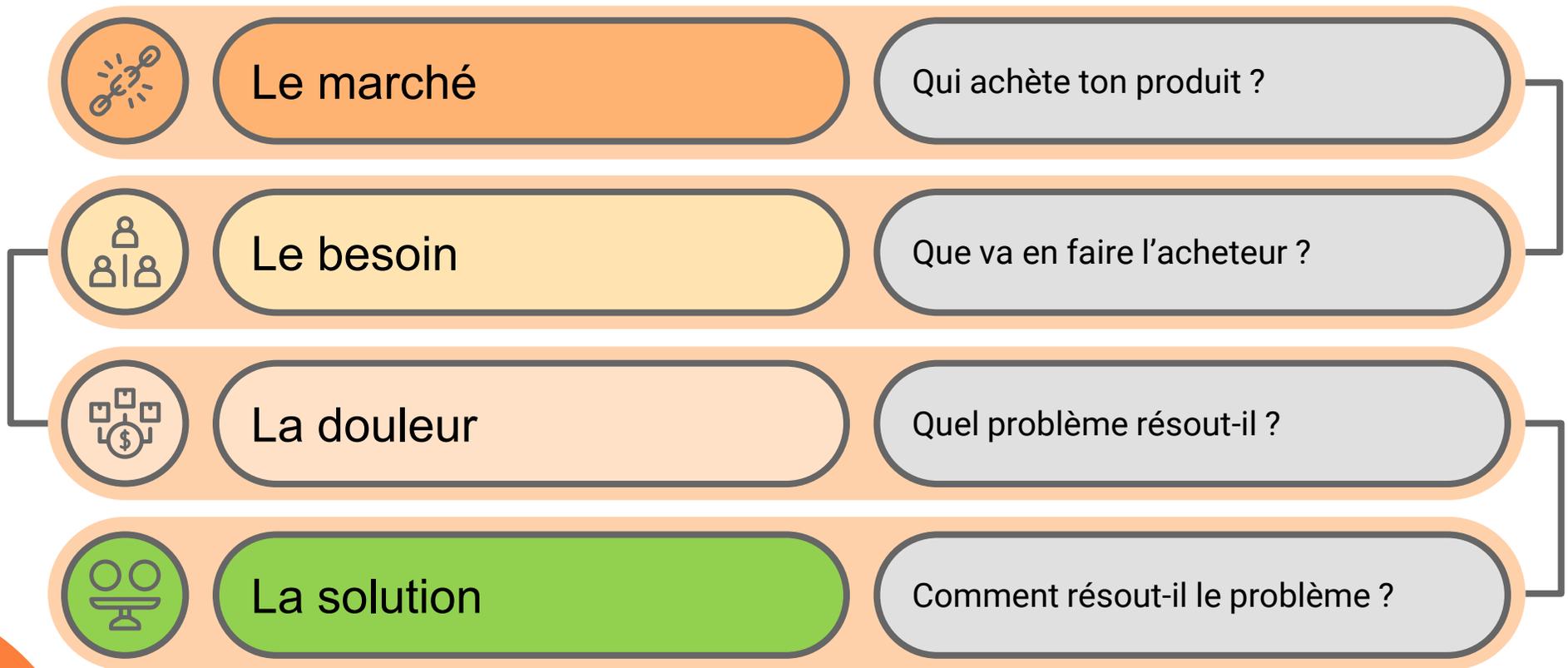
Te concentrer sur la valeur du produit ②

..... / 10

Optimiser l'offre irrésistible ④

..... / 10

# Les questions essentielles



# Les points à vérifier

## Recherche

Ce que tu peux faire pour t'améliorer



## Cible

Ton public est-il correctement ciblé ?



## Innovation

Quels moyens modernes peux-tu utiliser ?



## Approvisionnement

Peux-tu améliorer la gestion de tes approvisionnements ?



## Gestion des retours

Comment gérer les produits retournés ?



## Mission de service

Ta mission est-elle clairement identifiée ?



# Conseils à mettre en œuvre

01 Utilise ton avantage

02 Sois unique

03 Résous la douleur

04 Sois spécifique

05 Crée un slogan

06 Intègre l'USP

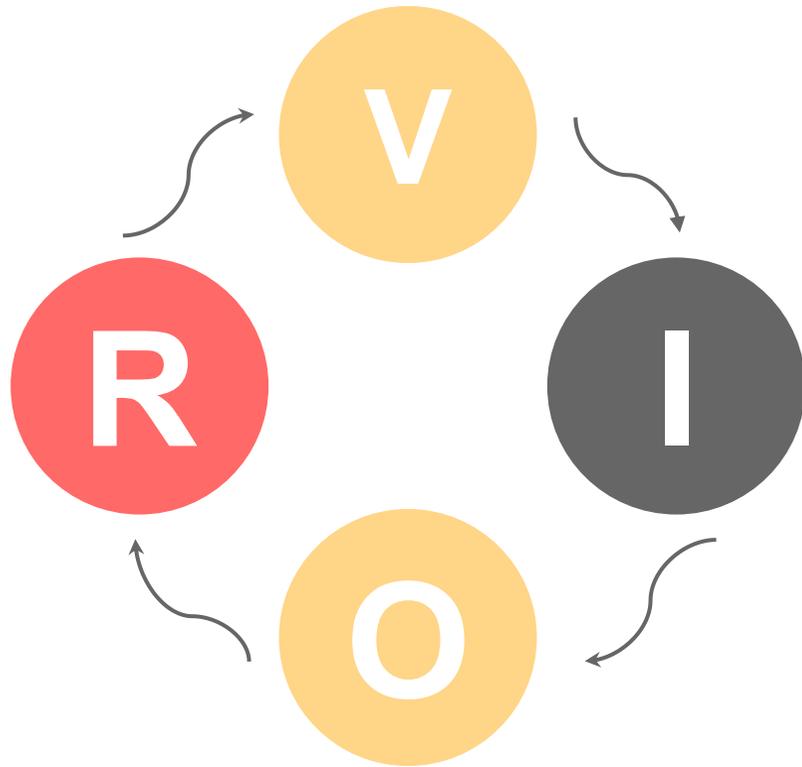
07 Tiens ta promesse

 Proposition de valeur unique

# Rappel de la définition de l'USP

Qui	Quoi	USP
Client	De quoi le consommateur a-t-il envie/besoin ?	"Mon client trouve chez moi un service unique qui correspond parfaitement à ses besoins"
Ton entreprise	Que sais-tu bien faire ?	
Concurrent	Qu'est-ce que ton concurrent sait bien faire ?	

Skifo

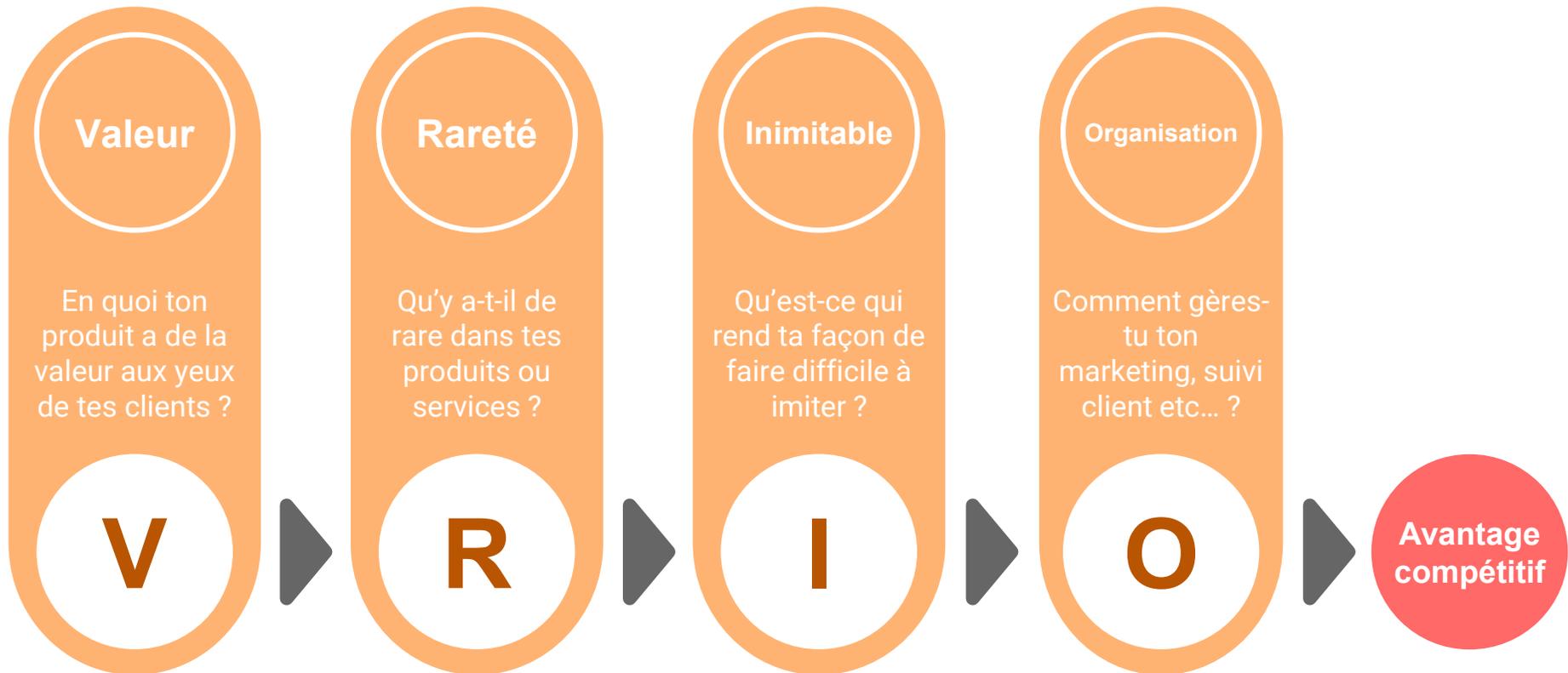


# L'analyse VRIO

Analyse stratégique

# Définition de tes produits ou services

Le système VRIO permet de découvrir quels sont tes avantages concurrentiels, c'est-à-dire les raisons pour lesquelles ton client fera me choix de travailler avec toi plutôt qu'avec un autre.



Sur une feuille séparée, répondre aux questions et lister en quoi ton produit ou service a de la valeur aux yeux de tes clients, en quoi il est rare, qu'est-ce qui le rend inimitable (ou compliqué à imiter), L'organisation correspond à ta capacité à gérer ton entreprise.

# 4 questions essentielles

01



**Quels sont tes arguments de vente uniques ?**

02



**Quels sont les avantages de tes produits/services ?**

03



**En quoi tes produits/services sont-ils différents de ceux de tes concurrents**

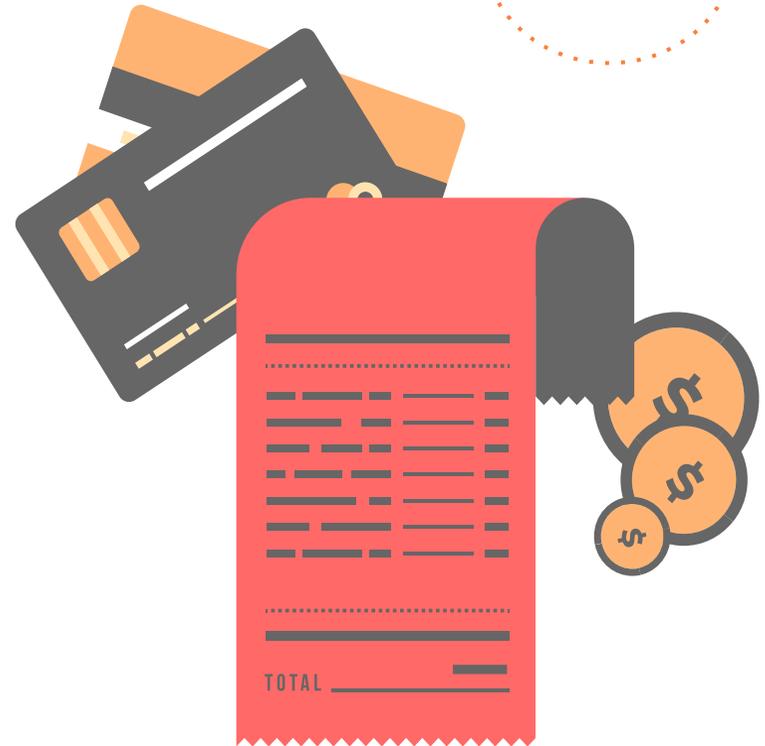
04



**Pourquoi quelqu'un devrait-il acheter chez toi plutôt que chez un concurrent**

# 01

**Quels sont tes arguments de vente uniques ?**



# En quoi tes produits/services sont-ils différents

Quelles caractéristiques différencient tes produits ou services de tes concurrents (exemple : caractéristique unique, prix bas, qualité exceptionnelle...)

.....

.....

.....

.....



# 02

**Quels sont les avantages de tes produits/services ?**



# Détailler les avantages de tes produits/services

Cette fois, il s'agit des avantages pour ton client et non pas des caractéristiques de tes produits/services. Tu peux partir des caractéristiques et les transformer en avantages pour ton client,

.....

.....

.....

.....



# 03

**En quoi tes produits/services sont-ils différents de ceux de tes concurrents ?**



# Quels avantages concurrentiels par rapport à tes concurrents ?

Tu dois maintenant pouvoir placer tes produits/services face à ceux de tes concurrents et définir ce que les tiens apportent comme avantages supplémentaires par rapport à ceux de tes concurrents.

.....

.....

.....

.....



# 04

**Pourquoi quelqu'un  
devrait-il acheter  
chez toi plutôt que  
chez un concurrent**



# En quoi tu fais la différence ?

Liste ici ce qui te rend unique. Les raisons qui feront que les clients vont te choisir.

.....

.....

.....

.....

