

# GUIDE – 7 étapes pour définir son client idéal !

## Étape 1

### Posez-vous les questions suivantes :

- 1 Quel est le profil de votre client idéal aujourd'hui ?
- 2 Pourquoi le changer ?
- 3 Quels sont les objectifs que vous cherchez à atteindre ?

## Étape 2

Examinez ensuite toutes les données concernant vos segments et profils client actuels, notamment :

- Taux de conversion
- ACV (valeur moyenne du contrat)
- Valeur par opportunité (ACV \* taux de conversion)
- Rétention client : quels clients renouvellent chaque année ?
- Nombre de client par secteur d'activité
- Revenu annuel récurrent par secteur d'activité

## Étape 3

Identifiez les secteurs d'activité en pleine mutation ou transformation digitale. Quels sont ceux qui pourraient représenter une opportunité commerciale pour votre entreprise ?

## Étape 4

Redéfinissez vos segments en fonction des étapes précédentes. Quel est le potentiel du marché ? Évitez les marchés de niche ou les marchés de masse, privilégiez ceux de taille intermédiaire.

## Étape 5

Validez le profil de votre client idéal, ainsi que les secteurs d'activité, segments et territoires à cibler !

## Étape 6

Partagez l'information en interne et assurez-vous que tous ont identifié la nouvelle cible et comment l'approcher. L'alignement entre vos équipes marketing et commerciales est crucial, surtout à cette étape du processus.

## Étape 7

Faites un suivi hebdomadaire avec vos équipes : est-ce que les opportunités créées et gagnées correspondent bien à la nouvelle cible définie ?

Bien entendu, chaque entreprise est différente donc les étapes peuvent varier d'une à l'autre. Mais nous espérons que ce guide vous donnera une base de départ pour vous permettre d'avancer dans votre réflexion.

**À vous de jouer !**

