

LES 5 NIVEAUX DE

SOPHISTICATIONS

DE VOTRE MARCHE

Par moi-même, développeur de vente
et amateur de tarte tatin



Construire un message qui percut : oui.

Mais encore faut-il l'adresser à la bonne personne et au bon moment.

Et pour t'en assurer, tu dois répondre à cette question :



Quel est le niveau de **sophistication** de mon marché ?

(Ne pas se poser cette question, c'est comme vouloir escalader le Mont-Blanc en tong :

Ça peut passer, mais tu ne pars pas gagnant).



Dans les prochaines slides, je vous présente ces 5 niveaux et vous donne un exemple de message adapté à chaque situation



1

AUCUNE SOPHISTICATION

Vous êtes le premier à proposer ce produit ou service.

Rien de comparable n'existait avant vous.

Vos prospects n'ont reçu aucune information avant vous.



Que faire ?

Le plus simple possible, message court et direct.



Exemple :

Ma méthode pour perdre du poids.



2

DÉBUT DE SOPHISTICATION

Vos prospects ont conscience que des solutions existent, vous n'êtes plus seul sur le marché.

(et cela devait arriver, vous pensiez vraiment rester seul ?)



Que faire ?

Il faut ici augmenter l'intensité de votre proposition de valeur.

La développer.

Vous démarquer.



Exemple :

Comment perdre 20 kg en 3 mois



Tu me traîtes de gros ?



T'inquiètes pas, il fait le malin avec son carrousel, mais attends qu'il ait terminé !



3

MARCHÉ SOPHISTIQUÉ

À ce stade, vos prospects ont entendu beaucoup de promesses, toutes plus folles les unes que les autres.



Que faire ?

Expliquer comment cela fonctionne par la mécanisation



Exemple :

Perdez 20 kg avec la méthode “Arnak”
(et vous détaillez le fonctionnement de
la méthode)



4

MARCHÉ TRÈS SOPHISTIQUÉ

Vos concurrents aussi ont également développé leur propre mécanisme, leur propre solution.



Que faire ?

Détaillez votre méthode et ajoutez des bénéfices ou rendez votre mécanisme plus facile, plus sur



Exemple :

La méthode Arnak s'attaque aux graisses profondes et développe l'effet de satiété



5

L'ULTRA SOPHISTICATION

À ce stade, tout a été dit, promis,
démontré

(là, cela devient compliqué.

Tu ne veux pas aller fabriquer du fromage de
chèvre en Ardèche plutôt ?

Bon, comme c'est **toi**, je te propose quand
même une solution)



Que faire ?

Il faut travailler ici sur celui (ou celle) que l'on va être en achetant votre produit., sur son identité future.



Exemple :

Devenez un homme confiant et séduisant avec notre méthode Arnak



CONCLUSION

Ne complique pas ton message si cela n'est pas nécessaire.

Prouve davantage au fur et à mesure que ton marché se complexifie.



Si tu as aimé ce carrousel, tu peux me le dire en ce post et en ↪ un commentaire.

Pour ne pas rater mes prochaines publications :



LES MOTS QUI VENDENT

STORYTELLING
PAGE DE VENTE
EMAILS

Pour me suivre

Olivier Seron (Moi, voilà un bon début) · 2e

Développeur de CA et générateur de leads pour PME....Tout commence par une histoire : la vôtre // Ambassadeur Refer

Sujets de prédilection : #redaction, #copywriting, #ghostwriting, #storytelling et #communicationdigitale

Montpellier et périphérie · [Coordonnées](#)

1 783 abonnés · [Plus de 500 relations](#)

 Suivre [Message](#) [Plus](#)



Les 26 mousquetaires

Google Mobile Academy



ABONNE-TOI

Bon, je dois vous
laisser, j'ai un grand
costaud tout vert et un
gars en slip qui frappe
à la porte