

Votre activité *plus simple à expliquer*

Une fiche guidée pour repartir avec :

- une personne claire à qui vous adresser
- ce que votre travail change concrètement
- une phrase claire pour présenter votre activité

Une seule consigne pour que les questions soient utiles

On vous a sûrement déjà dit qu'il fallait « travailler votre positionnement » ou « clarifier votre offre ». Des mots qui sonnent juste, mais devant lesquels on ne sait pas toujours quoi faire concrètement. Cette fiche prend le problème autrement. Pas de vocabulaire compliqué, pas de théorie. Juste cinq questions simples, et une seule consigne pour qu'elles soient utiles.

Choisissez une personne

Un client que vous avez déjà aidé, ou celui que vous aimeriez avoir si vous débutez. Une personne précise, pas une catégorie. Gardez-la en tête pour les cinq questions.

C'est ce qui rend l'exercice plus concret : on décrit toujours mieux quelqu'un qu'on voit qu'une idée générale.

01

Choisissez une personne précise

02

Répondez aux 5 questions

03

Assemblez votre phrase

Sous chaque question, vous trouverez d'abord des exemples remplis, puis un espace pour compléter à votre tour. Les exemples sont là pour montrer le niveau de précision attendu. L'objectif n'est pas d'écrire une phrase parfaite, mais d'obtenir des réponses assez claires pour être réutilisées ensuite dans votre présentation, votre site, vos contenus ou vos propositions.

À qui votre offre est-elle vraiment utile ?

Décrivez une personne précise, dans une situation précise. Son métier compte, mais pas seulement. Ce qui aide surtout, c'est de savoir où elle en est, ce qu'elle essaie de gérer, ce qui lui prend du temps, ce qui la bloque ou ce qu'elle veut éviter.

Pas « les indépendants » ou « les petites entreprises » en général, mais une personne **située** : son activité, son niveau d'avancement, ce qu'elle gère au quotidien, et le moment où votre aide devient utile.

Réponse trop générale

« les entrepreneurs », « les indépendants », « les dirigeants », « les entreprises qui veulent être accompagnées ».

Réponse plus précise — le bon niveau de détail

Une personne située dans une situation concrète, avec un moment précis et quelque chose à éviter ou simplifier.

Trois exemples pour calibrer votre réponse

Exemple 1

Mon offre est utile à : une dirigeante de cabinet

Cette personne en est au moment où : elle commence à recruter ses premiers salariés

Elle cherche surtout à éviter, simplifier ou mieux gérer : une intégration faite au cas par cas, sans étapes claires ni documents préparés à l'avance

Exemple 2

Mon offre est utile à : un prestataire de services dont l'activité tourne déjà

Cette personne en est au moment où : les demandes, les devis et les échanges commencent à se multiplier

Elle cherche surtout à éviter, simplifier ou mieux gérer : un suivi des prospects encore fait de mémoire, avec le risque de perdre le fil ou d'oublier une relance

Exemple 3

Mon offre est utile à : une consultante indépendante qui a dépassé le stade des premières missions

Cette personne en est au moment où : son activité devient plus régulière et ses entrées d'argent moins ponctuelles

Elle cherche surtout à éviter, simplifier ou mieux gérer : le suivi de ses factures, de ses charges et de sa TVA, sans devoir tout reconstituer à la fin du mois

Complétez – Question 1

Mon offre est utile à :

Cette personne en est au moment où :

Elle cherche surtout à éviter, simplifier ou mieux gérer :

Qu'est-ce qui a fait qu'elle est venue vous voir ?

Ne partez pas seulement de son envie générale. Cherchez le moment où le besoin devient concret. Ce n'est pas toujours un grand événement. Parfois, c'est simplement quelque chose qui commence à prendre trop de place, à créer de la confusion, à ralentir les décisions ou à rendre le quotidien plus lourd qu'avant.

Réponse trop générale

« elle voulait gagner du temps », « elle avait besoin d'aide », « elle voulait mieux s'organiser », « elle voulait développer son activité ».

Réponse plus précise

Un moment précis, quelque chose qui devenait compliqué, et ce qu'elle ne voulait plus continuer à faire.



Trois exemples pour calibrer votre réponse

Exemple 1

Elle est venue me voir parce que : son cabinet grandit et elle doit intégrer ses premiers salariés

Ce qui devenait compliqué pour elle, c'était : répéter les mêmes informations à chaque arrivée, retrouver les bons documents au dernier moment et répondre plusieurs fois aux mêmes questions

Elle ne voulait plus continuer à : accueillir chaque nouvelle personne dans l'urgence, sans parcours clair ni support stable

Exemple 2

Elle est venue me voir parce que : son activité reçoit plus de demandes qu'avant

Ce qui devenait compliqué pour elle, c'était : savoir où en est chaque prospect, quelles propositions ont été envoyées et quelles relances restent à faire

Elle ne voulait plus continuer à : garder le suivi dans sa tête, dans ses mails et dans quelques notes dispersées

Exemple 3

Elle est venue me voir parce que : son activité indépendante commence à se stabiliser

Ce qui devenait compliqué pour elle, c'était : suivre ses factures, ses encaissements, ses charges et ses échéances sans vision simple

Elle ne voulait plus continuer à : attendre la fin du mois ou une échéance pour comprendre où elle en est réellement

Complétez – Question 2

Elle est venue me voir parce que :

Ce qui devenait compliqué pour elle, c'était :

Elle ne voulait plus continuer à :

Une fois que vous avez travaillé ensemble, qu'est-ce qui a changé pour elle ?

Décrivez ce que cette personne peut faire plus simplement après votre intervention. L'idée n'est pas seulement de dire ce que vous avez livré, mais ce que votre travail rend plus clair, plus fluide ou moins pesant dans son activité.

Ce n'est pas : « j'ai créé un document », « j'ai donné des conseils », « j'ai accompagné ».
C'est plutôt : qu'est-ce que cette personne peut faire maintenant, qu'elle ne faisait pas aussi facilement avant ?

Réponse trop générale

« je l'ai accompagnée », « je lui ai donné des conseils », « je lui ai préparé un document », « je l'ai aidée à y voir plus clair ».

Réponse plus précise

Ce qu'elle peut faire maintenant, ce dont elle n'a plus besoin, et ce qu'elle peut enfin faire.



Trois exemples pour calibrer votre réponse

Exemple 1

Après mon intervention, cette personne peut : intégrer chaque nouvelle recrue avec un parcours simple, des étapes posées et les bons documents au bon moment

Concrètement, elle n'a plus besoin de : tout réexpliquer de mémoire à chaque arrivée

Ou elle peut enfin : transmettre les informations importantes de manière plus fluide et plus professionnelle

Exemple 2

Après mon intervention, cette personne peut : savoir où en est chaque prospect, quelle proposition a été envoyée et quelle relance prévoir

Concrètement, elle n'a plus besoin de : fouiller dans ses mails ou ses souvenirs pour reprendre un échange

Ou elle peut enfin : suivre ses opportunités avec une méthode simple, sans alourdir son quotidien

Exemple 3

Après mon intervention, cette personne peut : suivre ses factures, ses encaissements, ses charges et sa TVA dans un cadre clair et régulier

Concrètement, elle n'a plus besoin de : tout reconstituer au dernier moment

Ou elle peut enfin : regarder sa situation au fil du mois, au lieu de la découvrir après coup

Complétez – Question 3

Après mon intervention, cette personne peut :

Concrètement, elle n'a plus besoin de :

Ou elle peut enfin :

Sans vous, elle aurait fait comment ?

Cette personne avait sûrement une autre option : continuer comme avant, chercher un modèle, demander autour d'elle, prendre un outil, faire appel à quelqu'un d'autre ou repousser le sujet. Cette option compte, parce qu'elle aide à comprendre ce que votre aide apporte vraiment.

La question n'est pas seulement : « pourquoi vous ? » La question est plutôt : qu'est-ce que votre manière d'aider apporte de plus juste, de plus adapté ou de plus utile dans cette situation précise ?

Réponse trop générale

« elle m'a choisie parce que je suis sérieuse », « parce que je suis disponible », « parce que je suis à l'écoute », « parce que je fais du sur-mesure ».

Réponse plus précise

Ce qu'elle aurait fait sans vous, pourquoi cela n'aurait pas suffi, et ce que votre aide apporte de différent.



Trois exemples pour calibrer votre réponse

Exemple 1

Sans moi, elle aurait probablement : téléchargé un modèle d'intégration ou continué à accueillir les nouvelles recrues au fil de l'eau

Mais dans sa situation, cela n'aurait pas suffi parce que : son besoin n'était pas seulement d'avoir un document, mais un parcours adapté au fonctionnement réel de son cabinet

Ce que mon aide apporte de différent, c'est : une organisation construite à partir de ses étapes, de ses documents et de sa manière de transmettre les informations

Exemple 2

Sans moi, elle aurait probablement : installé un outil de suivi ou continué à gérer ses prospects comme avant

Mais dans sa situation, cela n'aurait pas suffi parce que : le problème ne venait pas seulement de l'absence d'outil, mais du manque de méthode pour qualifier les demandes, suivre les échanges et relancer au bon moment

Ce que mon aide apporte de différent, c'est : une façon simple de structurer le suivi commercial avant de choisir ou de complexifier les outils

Exemple 3

Sans moi, elle aurait probablement : attendu le bilan de son expert-comptable ou continué à suivre ses chiffres seulement quand une échéance approchait

Mais dans sa situation, cela n'aurait pas suffi parce que : elle avait besoin d'une vision plus régulière pour piloter son activité au quotidien, pas seulement constater les chiffres après coup

Ce que mon aide apporte de différent, c'est : un suivi lisible, simple et adapté à son rythme d'activité

Complétez – Question 4

Sans moi, elle aurait probablement :

Mais dans sa situation, cela n'aurait pas suffi parce que :

Ce que mon aide apporte de différent, c'est :

Si elle parlait de vous à quelqu'un, elle dirait quoi ?

Imaginez cette personne en train de vous recommander à quelqu'un qui vit une situation proche de la sienne. Elle ne parlerait probablement pas avec des grands mots. Elle dirait une phrase simple sur ce que votre aide lui a permis de remettre à plat, de clarifier, d'éviter ou de gérer plus sereinement.

Cette question est utile parce qu'elle montre l'image que votre travail laisse derrière lui. Parfois, ce que les clients retiennent de vous est plus clair que ce que vous dites de vous-même.

⚠ Réponse trop générale

« elle dirait que je fais du bon travail », « elle dirait que je suis professionnelle », « elle dirait qu'elle est contente », « elle dirait que je suis compétente ».

✅ Réponse plus précise

Une phrase simple, ce qu'elle dirait vraiment, et ce que cela révèle de votre travail.



Trois exemples pour calibrer votre réponse

Exemple 1

Aujourd'hui, elle dirait sûrement : elle m'a aidée à arrêter d'intégrer chaque nouvelle personne dans l'urgence

Ce que j'aimerais qu'elle dise, c'est : maintenant, le parcours est posé et je sais quoi transmettre à chaque arrivée

Ce que cela montre de mon travail : j'aide à transformer une organisation implicite en étapes claires, utilisables et transmissibles

Exemple 2

Aujourd'hui, elle dirait sûrement : il m'a aidé à arrêter de suivre mes prospects de mémoire

Ce que j'aimerais qu'elle dise, c'est : maintenant, je sais où en est chaque demande et ce que je dois relancer

Ce que cela montre de mon travail : j'aide à remettre de la clarté dans le suivi commercial, sans rendre les choses plus lourdes qu'avant

Exemple 3

Aujourd'hui, elle dirait sûrement : elle m'a aidée à reprendre la main sur mon suivi

Ce que j'aimerais qu'elle dise, c'est : je comprends mieux ce qui entre, ce qui sort et ce que je dois anticiper

Ce que cela montre de mon travail : j'aide à rendre les informations financières du quotidien plus lisibles, plus régulières et plus utiles pour décider

Complétez – Question 5

Aujourd'hui, elle dirait sûrement :

Ce que j'aimerais qu'elle dise, c'est :

Ce que cela montre de mon travail :

Maintenant, relisez-vous

Reprenez vos réponses aux questions 1, 3 et 4. Pas forcément toute la réponse : seulement le morceau le plus clair de chaque réponse. Mises bout à bout, elles donnent une phrase.

1

Question 1

Mon offre est utile à...

2

Question 3

Après mon intervention, cette personne peut...

3

Question 4

Ce que mon aide apporte de différent, c'est...

J'aide **[réponse question 1]** à **[réponse question 3]**. Ce qui rend mon aide utile dans cette situation, c'est **[réponse question 4]**.

Cette phrase n'a pas besoin d'être parfaite. Elle sert d'abord à faire sortir votre activité des grandes formules pour la ramener à une personne, une situation et un changement concret. Lisez-la à voix haute. Si elle tient debout et qu'elle sonne comme vous, vous venez de poser quelque chose que beaucoup mettent des mois à formuler.

Exemple 1 – La dirigeante de cabinet

J'aide une dirigeante de cabinet qui commence à recruter ses premiers salariés à intégrer chaque nouvelle recrue avec un parcours simple, des étapes posées et les bons documents au bon moment. Ce qui rend mon aide utile dans cette situation, c'est que l'organisation est construite à partir de ses étapes, de ses documents et de sa manière de transmettre les informations.

Exemple 2 – Le prestataire

J'aide un prestataire de services dont l'activité tourne déjà à savoir où en est chaque prospect, quelle proposition a été envoyée et quelle relance prévoir. Ce qui rend mon aide utile dans cette situation, c'est une façon simple de structurer le suivi commercial avant de choisir ou de complexifier les outils.

Exemple 3 – La consultante indépendante

J'aide une consultante indépendante qui a dépassé le stade des premières missions à suivre ses factures, ses encaissements, ses charges et sa TVA dans un cadre clair et régulier. Ce qui rend mon aide utile dans cette situation, c'est un suivi lisible, simple et adapté à son rythme d'activité.

Si la phrase ne tient pas encore

Pas de panique. Voici comment identifier ce qui mérite d'être retravaillé.

La phrase semble trop large

Revenez à la **question 1**. La personne à qui vous vous adressez est peut-être encore trop générale, ou pas assez située dans une vraie situation de travail.

La phrase pourrait être dite par n'importe quel autre professionnel

Revenez à la **question 4**. Votre différence existe peut-être déjà dans votre manière de travailler, mais elle n'est pas encore formulée assez clairement.

La phrase décrit surtout ce que vous faites, mais pas ce que cela change

Revenez à la **question 3**. C'est souvent là que l'offre devient plus facile à comprendre : non pas seulement ce qui est fait, mais ce que cela permet ensuite.

La phrase ne ressemble pas à ce que vos clients diraient de vous

Revenez à la **question 5**. Elle peut vous aider à retrouver des mots plus simples, plus proches de la réalité vécue par les personnes que vous aidez.

Ce que vous avez maintenant

Vous repartez avec quelque chose de concret

Vous repartez avec une première phrase pour expliquer votre activité plus simplement, à partir d'une personne réelle, d'une situation concrète et de ce que votre travail change pour elle.



Le positionnement

Vous avez travaillé ce que d'autres appellent la cible et le positionnement.



La proposition de valeur

Vous avez formulé ce que votre travail change concrètement pour la personne que vous aidez.



La différenciation

Vous avez mis des mots sur ce que votre manière d'aider apporte de différent.



Le message de marque

Vous avez retrouvé des mots proches de ce que vos clients diraient d'eux-mêmes.

Mais vous ne l'avez pas fait avec des cases compliquées à remplir. Vous êtes parti d'une personne réelle, d'un besoin concret, de ce que votre travail change pour elle, et de la manière dont elle pourrait parler de vous. C'est largement suffisant pour commencer à clarifier votre activité avec des mots qui vous ressemblent.

i Si une des cinq questions est restée floue et que ce flou revient souvent dans votre manière de présenter votre activité, un premier échange de quinze minutes peut aider à poser le sujet clairement.

Réserver un échange

Un premier échange de 15 minutes pour poser le sujet clairement.

Réserver maintenant

Orsemia

Conseil en marketing & organisation interne pour fondateurs en solo, dirigeants TPE.



ORSEMIA