



01 / POSER LE FOND

On doit comprendre à qui vous êtes utile.

Avant de chercher une formule brillante, clarifiez le client, son enjeu et votre façon de l'aider. Votre message doit rester fidèle à votre pratique.

La personne et sa situation

À qui parlez-vous ? Quel problème précis rencontre-t-elle ?

Ce que vous l'aidez à faire évoluer

Décrivez un objectif concret. Distinguez ce que vous accompagnez de ce que vous pouvez garantir.

Votre manière de travailler et une preuve

Une démarche compréhensible et un exemple réel, anonymisé si nécessaire. Aucun résultat inventé.

Repères issus des supports IRP : SMS = Simple, Mémorable, Spécifique. PCP = Précis, Concret, Pertinent. Ces repères aident à relire un message ; ils ne remplacent pas un test avec votre cible.



02 / CONSTRUIRE LE MESSAGE

Votre pitch en 60 secondes.

Utilisez la trame comme un appui. Lisez votre version à voix haute et gardez les mots que vous employez naturellement.

Trame : « J'accompagne [cible] qui [situation]. Nous travaillons sur [changement recherché] grâce à [approche]. Par exemple, [fait documenté]. Si c'est votre sujet, je vous propose [prochaine étape]. »

Mon accroche

Une situation vécue par votre client, une question concrète ou un fait vérifiable.

Ma version complète

Écrivez comme vous parlez. Une idée par phrase. Retirez les mots qui demandent une explication supplémentaire.

La suite que je propose

Un rendez-vous, un outil ou une étape de clarification : une invitation précise et adaptée.

Imprimez cette fiche ou remplissez ses champs, puis enregistrez votre copie. Vos réponses restent dans votre fichier.



03 / TESTER ET AJUSTER

Le vrai test : ce que l'autre retient.

Présentez votre pitch à une personne de votre cible. Puis posez trois questions : « Pour qui est-ce utile ? Pour quel enjeu ? Quelle suite comprenez-vous ? »

Ce que la personne a compris

Notez ses mots, sans corriger immédiatement. Où a-t-elle hésité ?

Mon contrôle SMS + PCP

Simple ? Mémorable ? Spécifique ? Précis ? Concret ? Pertinent pour cet interlocuteur ? Pour chaque point fragile, quel changement ?

Ma nouvelle version courte

Gardez le cœur du message et une invitation claire.

IRP relie identité, posture et vente. Laetitia Lamoure et Clémence Rouvier croisent leurs approches pour aider les solopreneurs à construire une activité cohérente avec leur manière d'entreprendre.

Imprimez cette fiche ou remplissez ses champs, puis enregistrez votre copie. Vos réponses restent dans votre fichier.