

# Sommaire

## **Définir le positionnement** 9

**En détail** 10

**Quelques exemples** 12

À vos marques ! 12

À vos personnalités ! 13

**Pourquoi se positionner** 14

Contexte 14

10 bonnes raisons de vous positionner 19

Coûts et risques d'un positionnement non défini 21

**Qui peut se positionner** 23

**Quand se positionner** 25

**Comment se positionner** 26

## **Méthode express** 30

**Vous** 31

Compétences professionnelles 31

Qualités humaines 31

Vision 32

Mission	33
Valeurs professionnelles	33
Passez à l'action 	35
<b>Votre marché</b>	<b>39</b>
Environnement	39
Concurrence	42
Clientèle	43
Parties prenantes	44
Passez à l'action 	45
<b>Votre entreprise</b>	<b>50</b>
Offre	50
Avantage concurrentiel	50
Promesse	51
Personnalité	52
Passez à l'action 	53
<b>Votre positionnement</b>	<b>54</b>
Formulation	54
Réassurance	54
Identité visuelle	55
Passez à l'action 	56

**Pour conclure**

57

**À propos de l'auteure**

58

**Sources et ressources**

59