



**Fatou Gueye**  
CEO & Fondatrice  
DIGAL Consulting

# Comment trouver l'**ennemi** de votre marque ?



**6 étapes pour y arriver**



**2 mn - temps de lecture**

**Branding /  
Economisez des  
heures de recherche**

# Chaque marque a besoin d'un **ennemi**

**Pour votre client cible, il s'agit d'une  
personne ou de quelque chose contre  
lequel vous vous battez**



# C'est de la **psychologie** **humaine.**

**Nous avons tendance à nous connecter plus facilement avec des personnes avec qui l'on partage le même ennemi.**

**Ex: la politique, les mouvements sociaux, le football, les révolutions...**



# Votre ennemi peut être

- des processus coûteux ex: trop de bureaucratie
- les mauvais conseils ex: incitation à des investissements financiers à fort rendement sans alerter sur les risques implicites
- les détracteurs de l'environnement
- l'injustice sociale
- un état d'esprit
- un statut quo
- ...



# **Voici comment nous aidons les marques à créer leur ennemi...**

**...et comment vous pouvez en faire de  
même en 6 étapes**



**2 mn - temps de lecture**

**Branding /  
Economisez des heures  
de recherche**

1.

# Identifier le problème brûlant de votre client idéal

**Votre ennemi doit être en résonance  
avec le problème brûlant auquel  
votre client idéal est confronté.**



2 mn - temps de lecture

1.

**Il est important de bien comprendre le la problématique majeure de votre client idéal afin de créer un ennemi qu'il souhaite combattre.**

## **Comment mener ces recherches?**

- sur le web (Google, site web,..)
- sur les réseaux sociaux
- ChatGPT, BARD, Claude...
- Interviews et/ou Questionnaires clients



**1.**

**Cette étape peut prendre du temps mais est indispensable. Ne pas la sous-estimer.**

## **Exemples de questions**

- **Quel problème vous empêche de dormir la nuit?**
- **Comment votre vie/business est-il entravé ?**
- **Que souhaitez-vous changer en priorité si vous en aviez les moyens?**
- **...**



1.

# Retrouver l'ensemble de nos guides de recherche sur votre client idéal

A télécharger gratuitement :

<https://www.digalconsulting.com/category/blog-fr/>



2 mn - temps de lecture

# 2.

## **Catégoriser le problème brûlant de votre client idéal**

**Chaque problème majeur a 3 niveaux**

- externe
- interne
- philosophique



# 2.

## 1. son problème **externe**

**C'est la partie émergée. C'est en général ce qui est exprimé lors d'un entretien**

- j'ai du mal à communiquer sur mon offre
- je n'arrive pas à avoir de clients en dehors de mon réseau
- mon site web ne m'amène pas de clients
- je ne suis jamais contacté sur LinkedIn
- nos campagnes Marketing nous coûtent chers sans résultats tangibles



# 2.

## 2. son problème **interne**

**C'est la partie émotionnelle et le ressenti de son problème**

- **confus**
- **frustré**
- **en colère**
- **sous l'eau**



2.

## 3. son problème **philosophique**

C'est la raison pour laquelle ce problème est important. En général les mots suivants donnent des pistes pour l'identifier

- devrait/devrait pas
- mérite
- projette



# 2.

## **Voici un exemple**

**Nous avons une offre d'accompagnement pour des experts avec plus de dix années d'expérience qui se sont mis à leur compte.**

**Le slide suivant montre la problématique de notre client type.**



# 2.

## 1. son problème **externe**

Je n'arrive pas à communiquer sur mon expertise pour obtenir des clients en dehors de mon réseau

## 2. son problème **interne**

J'ai fait des tentatives sur LinkedIn et via mon site web non concluants, je me sens frustré

## 3. son problème **philosophique**

J'ai besoin d'un expert qui va comprendre mon expertise et m'aider à la formuler clairement afin d'attirer mes clients



**3.**

## **Définir votre ennemi**

**A l'issue des étapes précédentes, il est temps de définir votre ennemi**



**2 mn - temps de lecture**

# 3.

## **Exemples de questions à se poser**

- **Quel ennemi souhaitez-vous combattre?**
- **Quel impact a cet ennemi pour votre client idéal ?**
- **Que se passe-t-il si vous ne combattez pas cet ennemi?**
- **De quelles armes disposez-vous pour combattre cet ennemi?**
- ...



# 3.

## **NOTE**

- 1. Vous devez être certain que vous POUVEZ combattre cet ennemi**
- 2. Ne pas inventer un ennemi imaginaire.**
- 3. Il doit s'agit d'un ennemi que vous AVEZ déjà combattu et que vous POUVEZ à nouveau combattre**



# 3.

## Revenons à notre exemple

**Notre ennemi ? L'idée que l'expertise suffit pour vendre. Les clients n'achètent pas vos services parce que vous avez +10 d'expérience et des compétences. Vos concurrents sont aussi expérimentés. Vos clients achètent vos services parce qu'ils sont convaincus que vous pouvez les aider à résoudre leur problème brûlant. Chez DIGAL Consulting, nous combattons cet ennemi en apprenant à nos clients à clarifier leur positionnement, leur clientèle cible et vulgariser leur expertise pour vendre.**



4.

## **Donner un nom à votre ennemi**

**Il s'agit d'un alias qui va résonner pour votre client idéal et qu'il veut lui aussi combattre**



2 mn - temps de lecture

**5.**

## **Tester et Finaliser**

**Vous pouvez faire réagir vos clients cibles ainsi que vos collaborateurs sur votre ennemi ainsi nommé et si besoin, itérer pour valider votre choix final.**



**2 mn - temps de lecture**

6.

## **Combattre** votre ennemi

**Utilisez cet ennemi dans vos campagnes marketing pour mieux connecter avec votre client idéal et créer un lien de confiance.**



2 mn - temps de lecture

## Bonus TIP

L'on se sent proche de marques, de personnes dont on partage le même combat... c'est humain. Trouver votre ennemi et utiliser le pour mieux connecter avec votre client idéal et ainsi le convertir plus facilement.

Besoin d'aide?



**[contact@digalconsulting.com](mailto:contact@digalconsulting.com)**



2 mn - temps de lecture

**Branding /  
Economisez des heures  
de recherche**



**Vous savez désormais comment  
trouver l'ennemi de votre Marque.**

**Partagez-nous vos résultats sur  
Linkedin**

**Et une dernière chose :**



# Partagez ce mémo

Pour aider d'autres à trouver  
l'**ennemi** qui va résonner auprès  
de leurs clients



**Suivez-moi sur LinkedIn pour ne rien  
râter de mes publications**

**#Entrepreneuriat #marketing #branding**

**Fatou Gueye**  
**CEO & Fondatrice**  
**DIGAL Consulting**



Pour devenir Incontournable

**[contact@digalconsulting.com](mailto:contact@digalconsulting.com)**

**[www.digalconsulting.com](http://www.digalconsulting.com)**