

Le cadre Problem-Solution Fit en 4 dimensions

Un canevas pour explorer en profondeur le problème de ton client : ce qu'il vit, ce qu'il fait, ce qu'il perçoit et où il se situe.

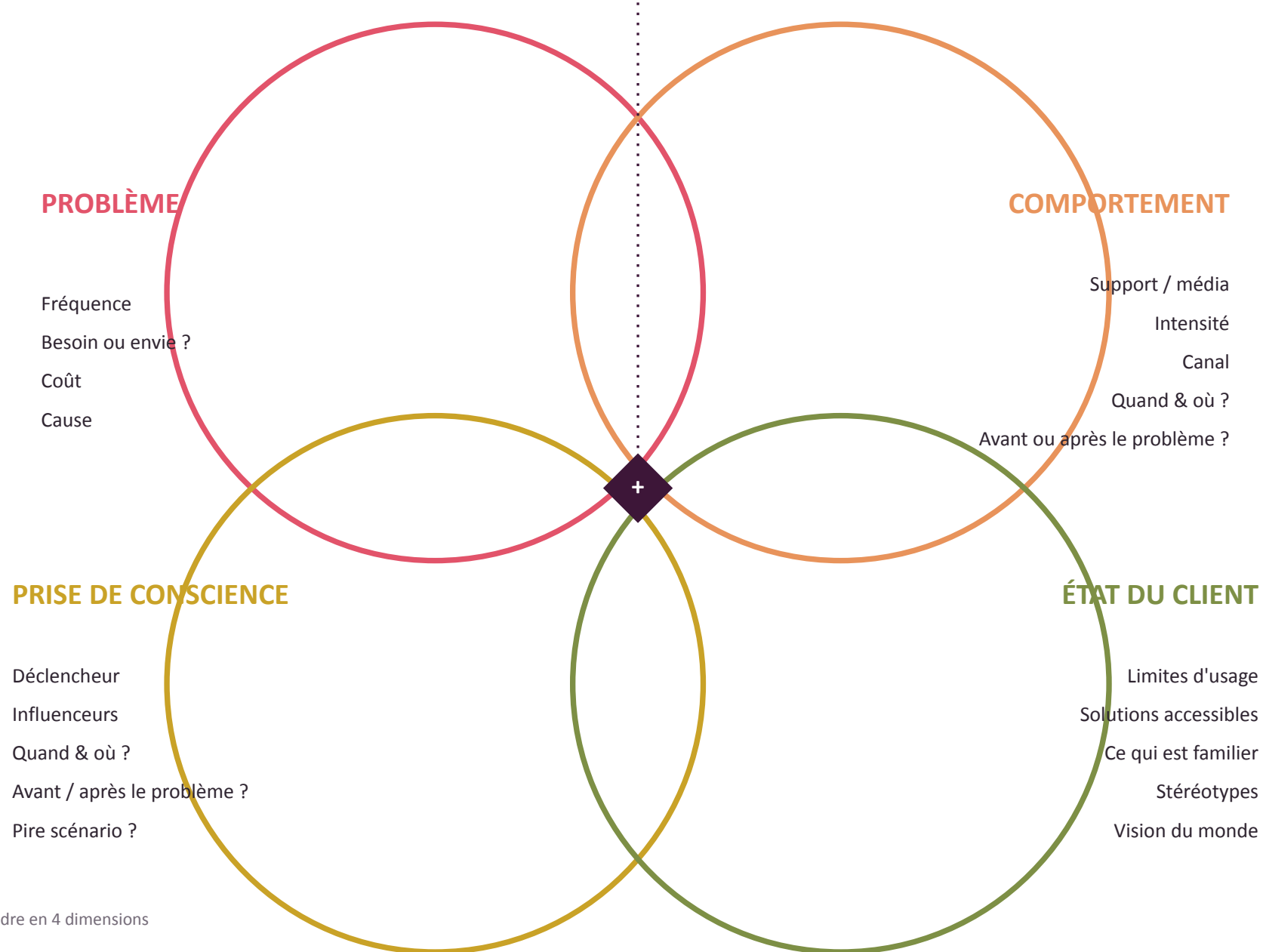
Problème

Comportement

Prise de conscience

État du client

PROBLEM - SOLUTION FIT



PROBLÈME : d'où vient le besoin ?

Comprends l'ampleur et la nature réelle du problème vécu par ton client.

Fréquence

À quelle fréquence ce problème survient-il ? Une fois par jour, par semaine, occasionnellement ?

Besoin ou envie ?

Est-ce vital pour le client, ou simplement agréable à résoudre ? Peut-il vivre sans ?

Coût

Que coûte ce problème aujourd'hui : temps perdu, argent dépensé, opportunités manquées ?

Cause

Quelle est la cause profonde du problème ? Pourquoi existe-t-il encore ?

COMPORTEMENT : comment agit-il face au problème ?

Observe les habitudes concrètes du client autour de ce problème.

Support / média

Par quel moyen le client gère-t-il le problème aujourd'hui ?

Intensité

Avec quelle intensité ou effort le client agit-il ?

Canal

Où le client cherche-t-il de l'aide ou une solution ?

Quand & où ?

Dans quel contexte précis ce comportement apparaît-il ?

Avant ou après le problème ?

Le comportement a-t-il lieu avant, pendant ou après l'apparition du problème ?

PRISE DE CONSCIENCE : comment réalise-t-il le problème ?

Identifie le déclic qui pousse ton client à chercher une solution.

Déclencheur

Quel évènement précis déclenche la prise de conscience du problème ?

Influenceurs

Qui influence la perception du client : amis, experts, réseaux sociaux ?

Quand & où ?

À quel moment et dans quel lieu cette prise de conscience survient-elle ?

Avant / après le problème ?

La prise de conscience arrive-t-elle avant ou après avoir vécu le problème ?

Pire scénario ?

Que craint le client s'il ignore ce problème plus longtemps ?

ÉTAT DU CLIENT : dans quel contexte se trouve-t-il ?

Cerne les limites, repères et croyances qui entourent ton client.

Limites d'usage

Quelles contraintes (temps, budget, compétence) limitent le client ?

Solutions accessibles

Quelles solutions générales ou situationnelles a-t-il déjà à portée de main ?

Ce qui est familier

Quels outils, formats ou usages le client connaît-il déjà bien ?

Stéréotypes

Quelles idées reçues ou préjugés le client a-t-il sur ce type de solution ?

Vision du monde

Quelles valeurs ou croyances générales orientent ses décisions ?

Synthèse : ce que tu sais maintenant de ton client

Résume en une phrase chaque dimension, puis transforme-les en hypothèse de solution.

● PROBLÈME

En une phrase :

● COMPORTEMENT

En une phrase :

● PRISE DE CONSCIENCE

En une phrase :

● ÉTAT DU CLIENT

En une phrase :

Prochaine étape : reformule ces 4 constats en une hypothèse de solution, puis va la tester avec 5 à 10 early evangelists.