Unification des recherches :

Je travaille sur une campagne marketing dans VOTRE NICHE. Le produit est PRODUIT et nous nous concentrons sur les clients en GÉOGRAPHIE.

Jusqu'à présent, j'ai effectué des recherches sur les niveaux de conscience du produit/marché, les concurrents et la recherche psychographique.

Je vais télécharger plusieurs fichiers en md qui contiennent ces recherches.

Ce que je veux que tu fasses, c'est parcourir ces fichiers en md en profondeur, puis créer un brief de recherche unifié qui contient tous les éléments clés nécessaires pour mettre en œuvre avec succès cette campagne. Plus précisément, ce sera un document unifié que je partagerai avec toi et d'autres IA pour des informations de base et du contexte lorsque nous générerons des copies et des actifs marketing supplémentaires, dont la plupart seront orientés réponse directe.

Je n'ai pas besoin d'informations sur la taille du TAM, ni même de stratégies spécifiques qui ont été incluses dans ces rapports de recherche approfondie. Au lieu de cela, ce dont j'ai vraiment besoin, c'est des éléments suivants :

1. Aperçu Démographique du Marché Cible

Concentre-toi principalement sur les personnes qui se situent dans les segments de marché "Problem Aware" (Conscient du Problème) et "Solution Aware" (Conscient des Solutions).

2. Aperçu Psychographique du Marché Cible

Quels sont leurs problèmes et points de douleur ?

[Exemples, d'un PRODUIT DIFFÉRENT dans une NICHE DIFFÉRENTE]

• Se sentent embarrassés, honteux et humiliés à propos de leur poids, surtout lorsqu'ils se comparent à des femmes plus minces.
• Luttent pour perdre du poids avec le régime et l'exercice. Se sentent frustrés lorsque le poids revient après avoir perdu quelques kilos.
• Se sentent prisonniers de leur corps et que leur poids est destiné à continuer d'augmenter.
• Vivent une faible estime de soi, un manque de confiance, se sentent peu attrayants.
• Problèmes de santé et de mobilité comme une faible énergie, des difficultés à se déplacer, des douleurs articulaires.
• Jugés et regardés par les autres pour leur poids. Se sentent être un fardeau.
• Les vêtements ne vont plus bien. Ne peuvent plus rentrer dans leur jean "slim".
• Craignent que leur partenaire ne les trouve plus attirants.
• Ne peuvent pas suivre les enfants/petits-enfants ou faire des activités qu'ils aiment.

Quels sont leurs espoirs et leurs rêves ?

(Plus précisément, à quoi ressemble leur état futur idéal où leur problème a été résolu ? À quoi ressembleraient-ils et comment se sentiraient-ils ? Quand ils rêvent et imaginent ce futur, qu'est-ce qui est vrai d'autre dans leur vie à ce moment-là ?)

Comment se perçoivent-ils plus largement, quel langage devrions-nous utiliser lorsque nous leur parlons, et quel langage devrions-nous éviter ?

Quelles sont les Promesses Principales que nous pouvons leur faire, et qu'ils voudraient entendre, lorsqu'il s'agit de résoudre leurs points de douleur ?

[Exemples, d'un PRODUIT DIFFÉRENT dans une NICHE DIFFÉRENTE]

• Vivre une perte de graisse rapide du ventre, des hanches, des cuisses sans régime extrême ou exercice.
• Perdre jusqu'à 32 kg de graisse rapidement.
• Stimuler le métabolisme et brûler les graisses 24h/24 et 7j/7 en activant "l'hypothermie des cellules graisseuses".
• Augmenter la confiance, l'estime de soi, se sentir sexy et vibrant à nouveau.
• Rentrer à nouveau dans les vêtements préférés comme les jeans, les robes et les maillots de bain.
• Retrouver l'indépendance et arrêter de se sentir retenu par le poids.
• Être admiré, désiré et faire tourner les têtes à nouveau.
• Retrouver l'énergie, la jeunesse et la vie amoureuse à nouveau.
• Se libérer de la culpabilité, de la honte et de l'inquiétude concernant le poids.

3. Quelles seront leurs plus grandes objections à nos campagnes marketing pour notre produit, et comment pouvons-nous y répondre ?

4. Quelles solutions existantes le marché a-t-il déjà essayées ? Pourquoi ces solutions existantes ne sont-elles pas assez adéquates ?

Merci de commencer maintenant !

<u>Ce que tu dois remplacer :</u>

VOTRE NICHE : la niche du créateur. Exemple : "coaching cyclisme", "coaching nutrition pour mamans occupées".

PRODUIT : le type de produit. Exemple : "un programme de coaching en ligne pour aider les cyclistes amateurs à améliorer leur vitesse moyenne".

GÉOGRAPHIE : la zone géographique. Exemple : "France", "pays francophones (France, Belgique, Suisse, Québec)".

Puis joins à la conversation les fichiers de tes recherches précédentes (niveaux de conscience, concurrence, psychographie).