

## Tableau de bord du message de valeur.

Passez en revue votre message marketing et attribuez-vous une note. Demandez à votre équipe de remplir le questionnaire et comparez les résultats. Lorsque vous vous êtes attribué un «0» ou un «1», vous avez peut-être la possibilité d'améliorer votre message.

DANS UELLE MESURE TES VOUS D ACCORD AVEC LES AFFIRMATIONS SUIVANTES CONCERNANT VOTRE MESSAGE ?		SCORE
		2 = Entièrement d'accord 1 = Assez d'accord 0 = En désaccord
Qui	Vous savez clairement qui est votre client idéal et comment le joindre.	
Quoi	Vous décrivez vos solutions et vos services et présentez clairement votre offre de services.	
Porquoi	L'impact et les avantages sont clairs et pertinents pour votre client idéal.	
Comment	Vous expliquez comment vous faites ce que vous dites que vous ferez.	
Différencié	Vous mettez en valeur ce qui vous rend unique, ce qui vous différencie des autres. Vous avez vérifié que ce qui vous rend unique compte pour vos clients et est considéré comme un élément de différenciation pour votre client idéal.	
Cohérent	Vos messages clés apparaissent systématiquement sur votre site Web, dans votre marketing et dans les conversations au sein de votre équipe.	
Validé	Vous fournissez des preuves par le biais d'histoires, d'exemples, de statistiques, etc. pour montrer et non seulement raconter.	
Prime	Vous et votre équipe partagez souvent vos messages de valeur.	
Total des points		
<b>Score du message (total des points / 16)</b>		<b>%</b>
<p>Comment allez-vous améliorer votre message?            Quelle mesure allez-vous prendre en premier?            Et les trois mesures suivantes?</p>		

