

TEMPLATE VALUE PROPOSITION CANVAS - [NOM PRODUIT]

Instructions : Complétez d'abord le côté CLIENT en vous basant sur vos entretiens réels, puis mappez côté PRODUIT. L'objectif est l'alignement parfait.

CÔTÉ CLIENT (Customer Segment)

JOBS À ACCOMPLIR

Ce que votre client essaie de faire dans son travail, sa vie, ses projets

Job Fonctionnel #1 : _____

Job Fonctionnel #2 : _____

Job Fonctionnel #3 : _____

Job Émotionnel : _____

Job Social : _____

DOULEURS (PAINS)

Obstacles, frustrations, risques qui empêchent votre client d'accomplir ses jobs

Douleur #1 (la plus intense) : _____

Impact : ☐ Critique ☐ Important ☐ Modéré

Fréquence : ☐ Quotidienne ☐ Hebdomadaire ☐ Mensuelle

Douleur #2 : _____

Impact : ☐ Critique ☐ Important ☐ Modéré

Fréquence : ☐ Quotidienne ☐ Hebdomadaire ☐ Mensuelle

Douleur #3 : _____

Impact : ☐ Critique ☐ Important ☐ Modéré

Fréquence : ☐ Quotidienne ☐ Hebdomadaire ☐ Mensuelle

GAINS ESPÉRÉS

Résultats et bénéfices que votre client souhaite obtenir

Gain Fonctionnel #1 : _____

Importance : ☐ Must-have ☐ Nice-to-have ☐ Bonus

Gain Émotionnel : _____

Gain Social : _____

Gain Inattendu (qui ferait la différence) :

CÔTÉ PRODUIT (Value Proposition)

PRODUITS ET SERVICES

Liste de vos fonctionnalités, services, outils

Fonctionnalité Core #1 : _____

Fonctionnalité Core #2 : _____

Fonctionnalité Core #3 : _____

Services inclus : _____

Support/Accompagnement :

ANTIDOULEURS (PAIN RELIEVERS)

Comment vos produits/services éliminent ou réduisent les douleurs clients

Antidouleur #1 → Résout Douleur Client #1 :

Antidouleur #2 → Résout Douleur Client #2 :

Antidouleur #3 → Résout Douleur Client #3 :

CRÉATEURS DE GAINS (GAIN CREATORS)

Comment vos produits/services créent les gains que les clients espèrent

Créateur Gain #1 → Génère Gain Client #1 :

Créateur Gain #2 → Génère Gain Client #2 :

Gain Surprise → Dépasse les attentes :

VALIDATION DE L'ALIGNEMENT

CHECKLIST FIT

Vérifiez que chaque élément côté CLIENT a une réponse côté PRODUIT

Pain-Solution Fit :

- Douleur #1 = Solution claire
- Douleur #2 = Solution claire
- Douleur #3 = Solution claire

Gain-Benefit Fit :

- Gain espéré #1 = Bénéfice livré
- Gain espéré #2 = Bénéfice livré
- Gain surprise = Différenciateur

ZONES DE RISQUE

Pains non adressés : _____

Gains promis non livrés : _____

Features sans job correspondant : _____

MESSAGE SYNTHÈSE

En 1 phrase : _____

Proof point principal : _____

INSTRUCTIONS D'UTILISATION

POUR L'ÉQUIPE COMMERCIALE

- Utilisez la section "Jobs-to-be-done" pour vos questions de découverte
- Basez vos démos sur les "Antidouleurs" prioritaires
- Adressez les objections avec les "Créateurs de gains"

POUR L'ÉQUIPE MARKETING

- Construisez vos messages sur les "Douleurs #1" de chaque segment
- Créez du contenu pour chaque "Job à accomplir"
- Mesurez l'engagement sur les "Gains espérés"

POUR L'ÉQUIPE PRODUIT

- Priorisez les développements sur les "Pains critiques"
- Éliminez les features sans "Job correspondant"
- Innovez sur les "Gains inattendus"



PLANNING DE RÉVISION

Mise à jour recommandée : Tous les trimestres

Trigger de révision : Changement ICP ou lancement nouvelle fonctionnalité

Responsable : _____

Template créé par Iannis Iglesias - Expertise digitale et stratégie commerciale