

Trouver une idée de produit digital adaptée à mon profil

Prompt:

Tu es un expert en création de produits digitaux, étude de marché, analyse de la demande et détection d'opportunités commerciales.

Ta mission est de trouver une idée de produit digital réellement adaptée à mon profil, à mes compétences, à mes connaissances et à mes centres d'intérêt.

L'objectif n'est pas de proposer une idée simplement originale ou tendance. L'idée doit répondre à un problème réel, viser un marché existant et présenter un potentiel commercial crédible.

Avant de faire ta recommandation, effectue une recherche récente sur Internet afin d'identifier :

- les problèmes actuellement recherchés ;
- les produits digitaux qui semblent bien se vendre ;
- les marchés dans lesquels des clients dépensent déjà de l'argent ;
- les tendances récentes ;
- les besoins encore mal couverts ;
- les plaintes fréquentes des clients ;
- les faiblesses des offres existantes ;
- les possibilités de créer une offre plus précise, plus simple ou plus utile.

Ne fabrique aucune donnée.

Distingue toujours clairement :

- les faits observés ;
- les estimations ;
- les hypothèses à vérifier.

1. Mes informations

Mes centres d'intérêt :

[À remplir]

Les sujets que j'aime apprendre ou explorer :

[À remplir]

Mes compétences :

[À remplir]

Mes connaissances particulières :

[À remplir]

Mes expériences professionnelles ou personnelles :

[À remplir]

Les activités que je sais bien réaliser :

[À remplir]

Les sujets sur lesquels les autres me demandent souvent de l'aide :

[À remplir]

Les problèmes que j'ai déjà réussi à résoudre pour moi-même ou pour d'autres personnes :

[À remplir]

Les types de personnes que je comprends bien :

[À remplir]

Les types de personnes que j'aimerais aider :

[À remplir]

Les sujets que je ne souhaite pas aborder :

[À remplir]

Mon niveau général :

[Débutant / intermédiaire / avancé]

Le temps maximal que je souhaite consacrer à la création du premier produit :

[À remplir]

Les formats que je serais capable de créer :

[Exemples : guide, modèles, tableaux, fiches, prompts, formation, outil, base de données, audio, vidéo]

Les formats que je préfère éviter :

[À remplir]

2. Analyse de mon profil

Commence par analyser mes réponses.

Identifie :

- mes compétences les plus utiles ;
- mes connaissances potentiellement monétisables ;
- mes expériences différenciantes ;
- les problèmes que je peux résoudre de manière crédible ;
- les publics que je comprends naturellement ;
- les types de produits compatibles avec mes capacités ;
- mes avantages par rapport à une personne qui commencerait de zéro ;
- mes limites et les sujets sur lesquels je dois rester prudent.

Présente ensuite un résumé clair de mon profil.

Ne cherche pas à rendre toutes mes compétences monétisables. Sélectionne uniquement celles qui peuvent répondre à un besoin réel.

3. Recherche de marchés existants

Recherche plusieurs marchés correspondant à mon profil.

Pour chaque marché, vérifie :

- si le problème est réellement recherché ;
- si le problème est fréquent ;
- si le problème est suffisamment important pour justifier un achat ;
- si des produits ou services sont déjà vendus autour de ce problème ;
- si des clients semblent déjà payer ;
- si le marché est durable ou seulement lié à une mode passagère ;
- si la concurrence est faible, raisonnable ou très forte ;
- si les produits existants présentent des faiblesses ;
- s'il existe une sous-niche plus précise à cibler ;
- si je peux proposer une solution crédible avec mes compétences actuelles.

Recherche des preuves dans les sources les plus pertinentes, par exemple :

- moteurs de recherche ;
- outils de tendances ;
- marketplaces de produits digitaux ;
- avis clients ;
- forums ;
- communautés en ligne ;

- réseaux sociaux ;
- commentaires ;
- vidéos ;
- questions fréquemment posées ;
- offres concurrentes ;
- outils ou services déjà achetés par le public concerné.

Adapte les sources au marché étudié.

Ne te limite pas aux plateformes les plus connues.

4. Génération de 10 idées

Génère 10 idées de produits digitaux adaptées à mon profil.

Chaque idée doit être précise.

Évite les idées trop générales comme :

- un ebook sur le développement personnel ;
- une formation sur les réseaux sociaux ;
- un planner pour mieux s'organiser ;
- un guide pour gagner de l'argent ;
- un programme sportif pour débutants.

Une bonne idée doit contenir :

- un public précis ;
- un problème précis ;
- un résultat précis ;
- un format précis ;
- une raison claire d'acheter ;
- un élément différenciant.

Présente chaque idée sous cette forme :

Idée n° [numéro]

Nom provisoire :

[Nom du produit]

Public cible :

[Pour qui]

Problème résolu :

[Problème concret]

Résultat obtenu :

[Transformation ou résultat attendu]

Format du produit :

[Guide, kit, modèles, outil, formation, tableau, etc.]

Pourquoi cette idée correspond à mon profil :

[Explication]

Pourquoi des personnes pourraient payer :

[Explication fondée sur les preuves trouvées]

Élément différenciant :

[Angle spécifique]

Principal risque :

[Point faible ou élément à vérifier]

5. Évaluation des idées

Attribue à chaque idée une note sur 10 pour les critères suivants :

- correspondance avec mon profil ;
- intensité du problème ;
- preuve de demande ;
- volonté probable de payer ;
- précision du public cible ;
- facilité de création ;
- rapidité de création ;
- possibilité de se différencier ;
- niveau de concurrence ;
- potentiel de vente ;
- potentiel de déclinaison en plusieurs produits.

Calcule ensuite une note globale sur 100.

Présente les résultats dans un tableau comparatif.

Élimine ou pénalise fortement les idées qui présentent l'un des problèmes suivants :

- aucune preuve crédible de demande ;
- problème trop faible ;
- public trop vague ;

- produit trop générique ;
 - concurrence très forte sans différenciation ;
 - produit trop complexe pour mon niveau ;
 - marché reposant uniquement sur une tendance temporaire ;
 - public difficile à identifier ;
 - faible probabilité que les personnes paient ;
 - idée trop éloignée de mes compétences ;
 - risque médical, juridique, financier ou réglementaire important ;
 - dépendance à une expertise ou à une certification que je ne possède pas.
-

6. Analyse des trois meilleures idées

Sélectionne les trois idées les plus prometteuses.

Pour chacune, explique :

- pourquoi elle mérite d'être retenue ;
- les preuves de marché observées ;
- le type de client concerné ;
- le problème principal résolu ;
- le niveau de concurrence ;
- les faiblesses des offres existantes ;
- les possibilités de différenciation ;
- le niveau de difficulté de création ;
- les principaux risques ;
- les éléments à vérifier avant de créer le produit.

Ne sélectionne pas uniquement les idées qui visent les plus grands marchés.

Privilégie les idées qui présentent le meilleur équilibre entre :

- adéquation avec mon profil ;
 - demande existante ;
 - problème important ;
 - facilité de création ;
 - différenciation ;
 - crédibilité ;
 - potentiel commercial.
-

7. Recommandation finale

Choisis une seule idée principale.

Présente-la avec les éléments suivants.

Concept

Nom provisoire du produit :

Description en une phrase :

Public cible principal :

Problème précis résolu :

Résultat promis :

Format recommandé :

Pourquoi cette idée me correspond :

Pourquoi cette idée est meilleure que les autres :

8. Client idéal

Décris précisément le client idéal :

- son profil ;
- sa situation actuelle ;
- ses frustrations ;
- son objectif ;
- ce qu'il a déjà essayé ;
- ce qui lui manque ;
- les mots qu'il utilise pour décrire son problème ;
- les raisons qui pourraient le pousser à acheter ;
- les objections qui pourraient l'empêcher d'acheter ;
- les conséquences du problème s'il ne le résout pas.

Évite les descriptions trop générales.

Ne dis pas seulement : « hommes et femmes de 25 à 45 ans ».

Décris une situation concrète.

9. Preuves de marché

Présente les preuves trouvées :

- signes montrant que le problème existe ;
- signes montrant que le public recherche une solution ;
- signes montrant que des personnes dépensent déjà de l'argent ;
- offres similaires trouvées ;
- tendances observées ;
- avis, plaintes ou demandes récurrentes ;
- mots-clés intéressants ;
- fourchettes de prix observées ;
- niveau de concurrence ;
- sources les plus importantes.

Précise les limites des recherches.

Si tu ne peux pas vérifier le nombre réel de ventes d'un produit, ne prétends pas qu'il se vend bien.

Dis plutôt que :

- l'offre existe ;
 - le produit possède des avis ;
 - le sujet est recherché ;
 - plusieurs concurrents proposent une solution ;
 - la demande semble probable mais doit encore être validée.
-

10. Analyse de la concurrence

Analyse plusieurs produits ou solutions similaires.

Pour chaque concurrent pertinent, indique :

- le type de produit ;
- le public visé ;
- la promesse ;
- le prix observé ;
- les principaux points forts ;
- les principaux points faibles ;
- les éléments récurrents dans les avis ;
- ce qui semble manquer ;
- les possibilités de proposer une meilleure solution.

Ne cherche pas obligatoirement un marché sans concurrence.

Une concurrence existante peut être une preuve de demande.

L'objectif est de trouver une manière crédible de se différencier.

11. Différenciation

Explique :

- ce que les produits existants font mal ;
- ce qui manque actuellement ;
- comment rendre le produit plus précis ;
- comment rendre le produit plus simple ;
- comment améliorer le résultat obtenu ;
- quel angle spécifique utiliser ;
- pourquoi un client choisirait ce produit plutôt qu'une solution gratuite ;
- pourquoi il le choisirait plutôt qu'un produit concurrent ;
- quelle promesse éviter ;
- quel positionnement adopter.

La différenciation peut venir de :

- la précision du public ;
 - la précision du problème ;
 - la situation particulière du client ;
 - la simplicité ;
 - la rapidité ;
 - le format ;
 - la méthode ;
 - le niveau d'accompagnement ;
 - la personnalisation ;
 - l'expérience utilisateur ;
 - l'angle utilisé.
-

12. Produit minimum à créer

Décris la version la plus simple du produit permettant de résoudre le problème principal.

Indique :

- ce qu'elle doit absolument contenir ;
- ce qui peut être ajouté plus tard ;
- le résultat que le client doit obtenir ;
- le niveau de qualité minimum nécessaire ;
- les éléments inutiles à éviter ;

- le temps approximatif de création ;
- le niveau de difficulté ;
- les compétences nécessaires ;
- les éventuels risques à surveiller.

Ne propose pas une première version inutilement volumineuse.

Le produit minimum doit être suffisamment simple pour être créé rapidement, mais suffisamment utile pour être vendu.

13. Validation de l'idée

Propose une méthode simple pour vérifier l'intérêt du marché avant de créer le produit complet.

Indique :

- l'hypothèse principale à tester ;
- les personnes à interroger ;
- les questions à poser ;
- les signes positifs à rechercher ;
- les signes négatifs à rechercher ;
- une offre test ;
- une version pilote ;
- un objectif minimum de validation ;
- les critères permettant de continuer, modifier ou abandonner l'idée.

Ne considère pas les likes, les compliments ou les réponses polies comme une preuve suffisante.

Privilège :

- les problèmes décrits spontanément ;
- les demandes concrètes ;
- les inscriptions ;
- les précommandes ;
- les réponses détaillées ;
- les entretiens ;
- les personnes prêtes à payer ;
- les ventes tests.

Propose un objectif de validation mesurable, par exemple :

- nombre de personnes interrogées ;
- nombre de personnes intéressées ;
- nombre de demandes ;

- nombre de précommandes ;
 - nombre de ventes pilotes.
-

14. Risques et limites

Identifie les principaux risques :

- marché trop petit ;
- problème insuffisamment important ;
- concurrence trop forte ;
- offre trop générique ;
- manque de crédibilité ;
- difficulté à prouver la valeur ;
- mauvaise compréhension du client ;
- produit trop complexe ;
- dépendance à une tendance ;
- risques juridiques, médicaux ou réglementaires.

Pour chaque risque, indique comment le vérifier ou le réduire.

15. Format final attendu

Organise ta réponse dans cet ordre :

1. résumé de mon profil ;
2. compétences et avantages identifiés ;
3. limites et points de vigilance ;
4. marchés potentiels détectés ;
5. tendances et preuves de demande ;
6. tableau des 10 idées ;
7. classement des idées ;
8. analyse des trois meilleures idées ;
9. idée finale recommandée ;
10. client idéal ;
11. preuves de marché ;
12. concurrence ;
13. différenciation ;
14. produit minimum à créer ;
15. méthode de validation ;
16. risques et points à vérifier ;
17. conclusion finale.

Termine par une réponse directe à cette question :

« Quelle idée de produit digital dois-je tester en premier, pour quel public, afin de résoudre quel problème précis, et quelle version minimale dois-je proposer ? »

Ne donne pas de conseils vagues.

Chaque recommandation doit être :

- personnalisée ;
- précise ;
- réaliste ;
- liée à mon profil ;
- soutenue par une preuve de marché ;
- ou clairement présentée comme une hypothèse à vérifier.