

TUNISKILL AI

PLATEFORME DE FORMATION DIGITALE

AI & Digital Business Starter

Semaine 2 — Créer une présence digitale professionnelle

Leçon 2 Définir votre audience cible

Comprendre à qui vous vous adressez pour mieux communiquer en ligne.

Introduction

Dans la leçon précédente, vous avez défini qui vous êtes en ligne. Maintenant, il est temps de définir **à qui vous parlez**. C'est l'une des étapes les plus importantes pour réussir sur internet.

Pourquoi connaître son audience est-il essentiel ?

Un message adressé à tout le monde ne convainc souvent personne. Si vous essayez de plaire à tout le monde, votre communication deviendra floue et générique. En revanche, si vous savez exactement à qui vous vous adressez, vous saurez quels mots utiliser, sur quelles plateformes publier, et quelles solutions proposer.

Une audience claire vous permet de choisir les bons visuels, le bon ton, et surtout, les bonnes offres pour attirer les personnes qui ont réellement besoin de ce que vous proposez.

Qu'est-ce qu'une audience cible ?

Une **audience cible** est simplement le groupe spécifique de personnes que vous souhaitez atteindre avec votre présence digitale ou votre projet.

- Ces personnes peuvent être vos futurs **clients**, des **employeurs** potentiels, des **étudiants**, des **partenaires**, des **abonnés** ou de futurs **utilisateurs**.
- Votre audience n'est pas qu'une statistique : ce sont des personnes avec des **besoins**, des **problèmes**, des **objectifs**, des **habitudes** et des **attentes**.

Pourquoi définir votre audience fait la différence

Voici pourquoi prendre le temps de cibler votre public est un investissement rentable :



Une meilleure communication

Vous utilisez le même vocabulaire que votre cible. Si vous parlez à des experts, vous utilisez un langage technique ; si vous parlez à des débutants, vous vulgarisez.



Un contenu plus pertinent

Vous créez du contenu qui répond exactement aux questions que votre audience se pose, ce qui augmente l'intérêt et l'engagement.



Une confiance renforcée

Quand une personne sent que votre message a été écrit "spécialement pour elle", elle vous fait confiance beaucoup plus rapidement.



Le bon choix de plateformes

Vous ne perdez pas de temps sur TikTok si votre audience professionnelle se trouve exclusivement sur LinkedIn.



Plus de conversions

Des offres claires adressées aux bonnes personnes augmentent considérablement vos chances de vendre, d'être recruté ou de trouver des partenaires.

Les 5 questions clés pour définir votre audience

Pour définir votre audience cible de manière concrète, répondez à ces 5 questions fondamentales :

1

Qui est-ce que je veux aider ou attirer ?

Définissez leur profil (âge, métier, situation). Ex: "Les jeunes entrepreneurs tunisiens."

2 Quel est leur problème principal ?

Identifiez ce qui les bloque. Ex: "Ils ne savent pas comment créer un site web."

3 Quel résultat souhaitent-ils obtenir ?

Quelle est leur situation idéale ? Ex: "Avoir une boutique en ligne fonctionnelle pour vendre leurs produits."

4 Où sont-ils actifs en ligne ?

Sur quels réseaux passent-ils leur temps ? Ex: "Instagram et les groupes Facebook locaux."

5 À quel type de contenu font-ils confiance ?

Préfèrent-ils des tutoriels vidéo, des articles détaillés, ou des témoignages clients ?

Exemples d'audiences cibles

Voyons comment ces principes s'appliquent à différents profils professionnels :

Exemple 1 : Un étudiant construisant son profil professionnel

Audience : Les recruteurs, les responsables de stage, les professeurs et les contacts professionnels de son secteur.

Exemple 2 : Un freelance (ex: graphiste)

Audience : Les petites entreprises, les entrepreneurs, les commerces locaux et toute personne ayant besoin d'un service de design ponctuel.

Exemple 3 : Un propriétaire de petit commerce

Audience : Les clients locaux, les clients réguliers, et les personnes recherchant un bon rapport qualité/prix ou un service de proximité.

Exemple 4 : Le fondateur d'un projet digital

Audience : Les premiers utilisateurs (early adopters), les testeurs, les partenaires potentiels, les investisseurs et les membres de sa communauté.

Créer un "Persona" simple

Un **persona** est un profil fictif et simplifié qui représente le membre idéal de votre audience cible. Il vous aide à humaniser votre public et à mieux cibler vos messages.

Modèle de Persona

Nom fictif	Ex: "Sarah l'entrepreneure"	Tranche d'âge	Ex: 25 - 35 ans
Situation	Lance sa marque de cosmétiques	Plateforme préférée	Instagram et TikTok
Problème principal	A un excellent produit mais ne sait pas comment le vendre en ligne de manière professionnelle.		
Objectif principal	Augmenter ses ventes en ligne et créer une communauté fidèle autour de sa marque.		
Ce qui lui donne confiance	Des études de cas concrètes, des avis clients, et un ton rassurant et expert.		

Comment l'IA peut vous aider

L'Intelligence Artificielle comme ChatGPT est un outil fantastique pour analyser et comprendre votre audience. Elle peut vous aider à :

- **Identifier** des audiences potentielles auxquelles vous n'aviez pas pensé.
- **Créer** des personas détaillés en quelques secondes.
- **Trouver** des idées de contenu adaptées à chaque groupe.
- **Améliorer** ou réécrire un message pour qu'il résonne mieux avec une cible spécifique.
- **Comparer** différentes audiences pour choisir la plus pertinente.
- **Choisir** la meilleure plateforme de communication.

Exemples de Prompts à tester :

Prompt 1 : "Je veux créer une présence digitale autour de [votre domaine]. Aide-moi à identifier 3 audiences cibles possibles."

Prompt 2 : "Crée un persona simple pour une personne intéressée par [votre service/projet]."

Prompt 3 : "Adapte ce message pour une audience de débutants / entrepreneurs / étudiants."

Mini Exercice : Définir votre première audience

Prenez un stylo ou ouvrez un document, et suivez ces 7 étapes pour définir votre cible principale.

1 Votre objectif

Écrivez votre projet, compétence, service ou objectif professionnel.

2 Les intéressés potentiels

Listez trois groupes de personnes qui pourraient être intéressées par ce que vous faites.

3 Le choix principal

Choisissez **le groupe le plus important** pour commencer. Concentrez-vous sur eux.

4 Leur problème

Écrivez quel est leur problème ou besoin principal.

5 Leur objectif

Écrivez le résultat qu'ils souhaitent obtenir grâce à vous.

6 La plateforme

Choisissez la meilleure plateforme pour les atteindre (ex: LinkedIn pour le B2B, Instagram pour le B2C).

7 Validation IA

Demandez à ChatGPT de créer un persona simple pour cette audience afin d'affiner votre réflexion.

Questions de réflexion

Posez-vous ces questions pour valider votre stratégie d'audience :

- Qui ai-je vraiment envie d'aider ou d'attirer ?
- Quel problème concret puis-je résoudre pour eux ?

- De quoi ont-ils besoin pour me faire confiance ?
- Sur quelle plateforme devrais-je me concentrer en premier ?
- Mon message actuel est-il clair pour cette audience spécifique ?

Checklist : Connaissez-vous votre cible ?

- Je sais précisément qui est mon audience cible.
- Je comprends leur problème ou besoin principal.
- Je sais quel résultat ils souhaitent obtenir.
- Je sais où ils sont actifs en ligne.
- Je suis capable d'adapter mon message à cette audience.
- J'ai créé un persona simple pour me guider.

Résumé de la Leçon

- ✓ Une audience claire rend votre **communication beaucoup plus facile et percutante**.
 - ✓ Une présence digitale forte est construite **pour des personnes spécifiques**, pas pour tout le monde.
 - ✓ Comprendre les **problèmes et les objectifs** de votre cible aide à créer un meilleur contenu.
 - ✓ L'IA est un excellent assistant pour **analyser et structurer** les profils de votre audience.
-

✓ Plus votre audience est claire, plus votre message sera **fort et convaincant**.

Vous n'avez pas besoin de parler à tout le monde. Vous devez d'abord parler clairement aux bonnes personnes. Une audience bien définie transforme une simple présence en ligne en une vraie opportunité professionnelle.

TuniSkill AI • AI & Digital Business Starter • Semaine 2, Leçon 2

Définir votre audience cible