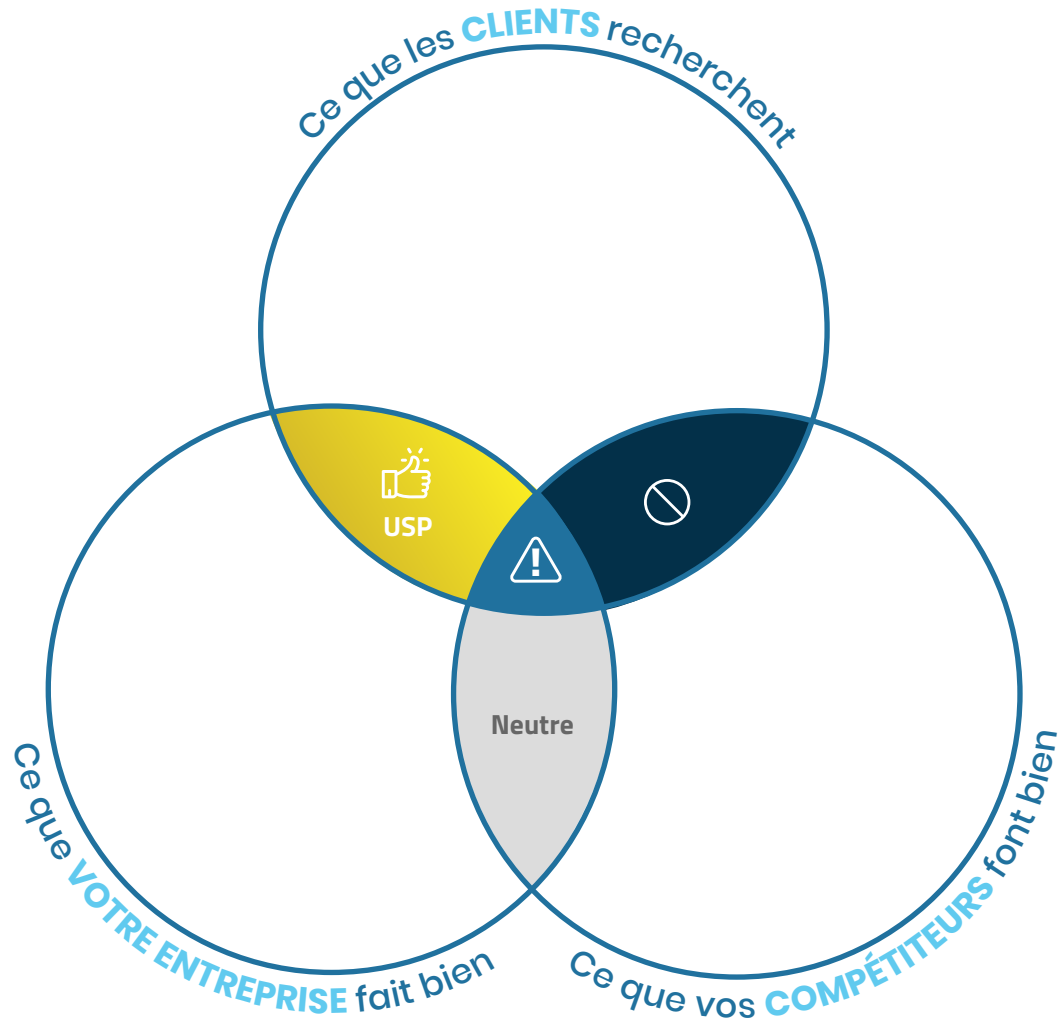


Unique Selling Proposition (USP) : un modèle simple & efficace



Cette zone est la plus optimale où vous positionnez car vous êtes seuls; ce sont sur les éléments qui s'y retrouvent que devraient se baser votre USP.



Cette zone est à éviter; vos concurrents y performent mieux que vous.



Cette zone est risquée; vous partagez les avantages avec des concurrents et perdez donc une partie du facteur "unique".



Cette zone est inintéressante: même si vous et vos concurrents considérez ces éléments comme avantageux, ce n'est pas le cas pour les clients qui n'y voient aucun intérêt pour prendre une décision d'achat.