



FACELESS

STRATÉGIE

ÉDITION - VOL.1

Code Liberté.

MENTIONS LÉGALES - CODE LIBERTÉ

Ce livre électronique est une création protégée par les droits d'auteur.

LICENCE INCLUSE

En achetant ou en recevant cet ebook dans le cadre de Code Liberté, vous obtenez automatiquement une licence d'utilisation et de revente.

Vous êtes donc autorisé à :

- Revendre ce contenu en votre nom,
- Le modifier, l'adapter ou le compléter,
- Le transmettre dans vos propres conditions (avec votre licence personnelle).

RÈGLES IMPORTANTES

Le branding Code Liberté doit être retiré si vous choisissez de revendre ce contenu, afin qu'il soit diffusé sous votre propre identité.

La diffusion gratuite n'est pas autorisée en dehors des conditions que vous définirez vous-même.

Chaque revendeur est responsable de sa propre licence et des conditions qu'il transmet à ses clients.

RESPONSABILITÉ

Code Liberté fournit la base, mais la gestion des droits, conditions et modifications revient à chaque utilisateur.

SOMMAIRE

1

Ta vision

2

*Optimiser
ton profil*

3

*Monétiser ta
page Faceless*

4

*Objectifs
de prix &
Revenus*

5

*Ton freebie
(lead magnet)*

6

*Configurer ton
Systeme iO*

7

*Automatiser
ton Business*

8

*Créer ta
communauté
Faceless*

9

*Passer à
l'action*

INTRODUCTION

Bienvenue dans cet ebook.

Ce contenu a été conçu pour être clair, pratique et directement actionnable.

Tu y trouveras des éléments que tu peux appliquer pas à pas pour obtenir des résultats concrets, que ce soit pour développer ton projet, affiner ta stratégie ou enrichir tes connaissances.

Ce guide n'est pas fait pour être lu une seule fois. Il est pensé comme un outil modulable que tu peux adapter, compléter et réutiliser selon tes propres objectifs.

Souviens-toi :

Les résultats viennent avec la mise en pratique.
Les idées n'ont de valeur que si elles sont utilisées.
Chaque étape compte, même les plus petites.
Fais de ce guide un support de travail qui t'accompagne réellement dans ton parcours.

Code Liberté.



POURQUOI FAIRE DU FACELESS ?

Imagine tous les avantages à faire rayonner ton entreprise sans forcément montrer ton visage :

- **Plus de confidentialité** : fini les soucis d'être reconnu(e) en public ou de voir ton identité dévoilée.
- **Moins de pression** : sans ton visage en première ligne, tu n'as pas à te stresser pour avoir l'air parfait(e) tout le temps. La valeur de ton contenu, c'est ce qui compte vraiment.
- **Flexibilité du temps** : imagine pouvoir prévoir tes publications et prendre des pauses quand tu en as besoin, sans que ça n'impacte ton activité.
- **Liberté de créativité** : tu peux laisser libre cours à ton imagination, à tes compétences, sans craindre le jugement.
- **Maintien du professionnalisme** : si tu choisis de maintenir ta vie d'entrepreneur confidentielle, c'est tout à fait possible. Ton patron et tes collègues ne seront pas au courant.

COMMENT TOUT ÇA FONCTIONNE

UN

TROUVE TA NICHE + AUDIENCE

Choisis un sujet/domaine rentable qui te passionne (santé, richesse, relations, parentalité...) et un public cible idéal que tu souhaites aider.

DEUX

RECHERCHE SUR LE MARCHÉ

Fais tes recherches et identifies un problème courant auquel les personnes de ta niche sont confrontées.

TROIS

CRÉATION DE TON PRODUIT DIGITAL

Achète un produit digital (prêt à l'emploi) comme ma formation en marketing digital, ou crée un produit digital que tu personnalises. Ça devra être la solution au problème de ta cible.

QUATRE

COMMERCIALISE TON PRODUIT

C'est ce que tu feras le plus dans ton business, à raison de quelques heures par jour seulement. Crée du contenu sans montrer ton visage sur les réseaux pour présenter ton produit et attirer ton public cible.

CINQ

COMMUNAUTÉ + CRÉER TA MARQUE

Lorsque tu commercialises ton produit digital, tu dois également te concentrer sur la construction de ta marque et de ta communauté Faceless à travers ton contenu. Tu souhaites créer une communauté de "fan" fidèles.

1 TA VISION

Lorsque tu lances ton entreprise, il faut absolument que tu clarifies ton objectif en premier lieu. Parce que sans but, tu risques d'abandonner lorsque les choses deviennent difficiles. La première étape de cet incroyable voyage consiste à clarifier ton POURQUOI, ta niche idéale et ton client cible. Faits-moi confiance quand je te dis de NE PAS sauter cette étape cruciale !

Code Liberté.



DÉFINIS TON POURQUOI

Avant de déterminer ce que tu vas vendre, il faut que tu comprennes pourquoi. Cela va révéler tes motivations les plus profondes et t'aidera à traverser les journées "difficiles".

Demande toi :

- Qu'est-ce qui, dès le départ, m'a attiré(e) vers ce business en ligne ?
- Quel impact est-ce que je souhaite le plus que mon travail ait dans le monde ?
- Comment cette entreprise va-t-elle changer ma vie ?
- Qu'est-ce que moi et mes proches y gagnerons ?

Sois **honnête** avec toi-même, et creuse profondément. Les entreprises les plus performantes répondent à de **vrais problèmes de départ**, presque lorsque l'on est au pied du mur. Ton cas n'est pas différent.

CHOISIS TA NICHE

Une fois que tu as trouvé ta **source de motivation**, il est maintenant temps de l'utiliser pour **choisir une niche** qui te passionne vraiment

QU'EST-CE QU'UNE NICHE ?

Une niche c'est simplement un domaine ou un sujet spécifique sur lequel tu te concentres. C'est ce qui rend ton contenu unique et t'aide à attirer un public ciblé. Par exemple, ma niche est "gagner de l'argent en ligne". Plus précisément, j'aide les femmes ambitieuses et bosseuses à monétiser leur Instagram grâce aux produits digitaux.

POURQUOI C'EST IMPORTANT ?

Lorsque tu as une niche claire, tu vas attirer un public spécifique intéressé par les choses dont tu vas parler et que tu vas vendre. Tu crées une audience avec un intérêt élevé pour ce que tu fais, il sera beaucoup plus facile de monétiser ton contenu. Cela va aussi renforcer ta crédibilité parce que tu deviens un(e) expert(e) dans ce domaine spécifique. Les gens commencent à te voir comme quelqu'un de confiance et qui sait de quoi il parle.

Avec le nombre de créateurs de contenu sur les réseaux, avoir une niche peut t'aider à te démarquer de la masse. Cela permet aux gens de se souvenir plus facilement de toi et t'aide également à te différencier des autres, susceptibles de créer un contenu similaire.



Limite-la à un domaine spécial dans lequel tu :

- sens que tu es **excité(e)** et **curieux(se)** au quotidien
- considères que tu es **bien informé(e)**, tu gères (pas besoin d'être un(e) expert(e))
- pourrais **créer du contenu sans fin** dessus



Par exemple, une personne passionnée par l'environnement pourrait choisir un créneau comme la vie zéro déchet, les cosmétiques ou la mode éthique. Laisse tes passions préexistantes te guider.

Choisir une niche est l'une des choses les plus importantes que tu feras pour élaborer une stratégie commerciale et de contenu de produits digitaux réussie. Elle détermine ton audience, les sujets de contenu et le potentiel revenu que tu te feras.

LA NICHE PARFAITE :

Elle doit se situer à l'intersection des choses qui te passionnent, des choses que tu connais, du problème que tu résolves pour les autres et de la demande disponible. Assure-toi également que ta niche soit rentable.

DÉFINIS TON CLIENT IDÉAL

Buyer Persona

Il est temps de penser à ton client idéal, de rêve (public cible). L'objectif même d'un produit digital est de résoudre un problème au sein d'une niche particulière et pour un public spécifique.

Il est donc très important de savoir exactement qui est ton public cible lorsque tu vends des produits digitaux. Pourquoi ? Parce que cela t'aide à rédiger un message dans ta stratégie marketing qui se connectera directement à un public spécifique qui est plus susceptible de se convertir en client.

Commençons par identifier les caractéristiques démographiques de ton public idéal, telles que l'âge, le sexe, le lieu, l'éducation et la profession.

Réfléchis au type de contenu et de produits digitaux qui pourraient les intéresser, ainsi qu'à quelles pourraient être leurs valeurs et leurs convictions. Amuse-toi à créer la "personnalité" de ton public idéal.

Donne-leur un nom, des traits de personnalité et une histoire qui reflète leurs caractéristiques, leurs intérêts, comportements, besoins et désirs. Cela va t'aider à créer un message à travers ton contenu qui s'adresse directement à eux et établir une connexion avec eux.

Comme tu peux probablement déjà le constater, mon public cible est constitué de femmes ET d'hommes qui veulent se lancer dans le digital. Mon image de marque, mon contenu et mon langage ciblent les femmes mais aussi les hommes, c'est là où je me différencie de certaines qui ne vont cibler que les femmes.

CHALLENGE

Prends 2-3 minutes, un stylo, une feuille et réfléchis. Note tout ce que tu sais sur ton client idéal. Voici quelques questions pour t'aider à démarrer :

- Quel est leur sexe ?
- Quel est leur âge ?
- Où vivent-ils ?
- Que font-ils ?
- Quels sont leurs passe-temps ?
- Quels sont leurs objectifs ?
- Qu'ont-ils besoin venant de toi ?
- Comment tu les perçois ?

Une fois que tu as déterminé ces principaux "attributs" de **ton client idéal**, tu as identifié ton public cible. Tu dois **devenir très proche** de son univers, ses intérêts, et ses valeurs. Cela va te permettre **d'adapter à la fois tes produits** et ton **marketing** pour connecter avec eux !

En expliquant clairement ton **pourquoi**, en choisissant **une niche rentable** et en comprenant les **désirs de ton public**, tu as déjà les bases pour lancer un business sans visage à succès !

CONSTRUIS TA MARQUE

Ok ! c'est l'une des parties les plus excitantes de la création de ton business : TA MARQUE ! Construire une marque personnelle te permettra de te démarquer de la foule. Qu'est-ce qu'une marque personnelle réellement ? Tu peux considérer que c'est comme ta réputation. C'est ce que les autres pensent de toi lorsque tu n'es pas devant eux.

Crois-le ou non, la construction de ta marque va bien au-delà des couleurs et des polices. Ce que tu fais ressentir aux gens est ta marque. Ton toi authentique et unique est ta marque. Ton histoire est ta marque. Ton énergie est ta marque.

Tu vas devoir considérer ces 4 choses :

Le “ton”

Le ton de ton message (c'est-à-dire sérieux, décontracté, drôle, impertinent, professionnel, inspirant, authentique, etc..)

Le “style”

Le style de tes produits et de tes réseaux sociaux (c'est-à-dire féminin, moderne, minimaliste, luxueux, audacieux, lumineux, etc..)

Les “valeurs”

Les valeurs que tu communique dans ton contenu et ta prise de décision (l'ambition, la famille, la réussite, la gratitude, la motivation, la liberté, l'aventure, la joie, etc..)

L’“histoire”

l'histoire de ta marque, (c'est-à-dire ton histoire personnelle ou des parties de ton parcours qui trouveront écho auprès de ton public cible).

Commence à collecter des captures d'écran des feeds ou du contenu Instagram d'autres personnes qui représentent le mieux ton style personnel et l'apparence que tu souhaites obtenir avec ton business.

Fais attention aux polices, aux couleurs et même à la disposition des biographies des autres !

Ces captures d'écran peuvent être collectées dans un album photo. Crois-moi, elles te seront utiles lorsque tu créeras ton propre profil Instagram où tu génèreras du trafic vers tes produits digitaux !

Astuce :

Pinterest est un excellent site/application pour trouver de l'inspiration en matière de couleurs et de polices d'écritures ! Tu peux simplement taper "palettes de couleurs Instagram" dans la barre de recherche et parcourir les photos qui apparaissent. Mais n'oublie pas : parfois, le peu est le mieux ! Ne choisis pas trop de différentes couleurs.



ÉLÉMENTS DU PERSONAL BRANDING

IDENTITÉ VISUELLE

Ton identité visuelle c'est ta photo de profil, aux polices et couleurs que tu utilises dans ton contenu. Lorsque tu as une identité visuelle cohérente, ça peut rendre ta marque plus mémorable et reconnaissable auprès de ton public.

TONALITÉ DE VOIX

Ton ton de voix est la façon dont tu t'exprimes à travers tes mots, tant à l'écrit qu'à l'oral. Il ne s'agit pas seulement des mots que tu utilises mais aussi du choix de tes émojis, de tes structures de phrases et même de la ponctuation. Tous ces éléments contribuent à la manière dont ta marque communique avec ton public.

CONSTANCE

L'image de marque est synonyme de "constance". Assure-toi que ton contenu, ton identité visuelle et ton ton de voix soient cohérents sur toutes tes plateformes utilisées. Assure-toi également de respecter ton calendrier de publication pour ne pas décevoir ton public.

ENGAGEMENT

Si tu veux construire une communauté forte autour de ta marque, il est très important d'engager avec tes followers sur une base régulière. Il peut s'agir de répondre aux commentaires et messages ou de créer des opportunités d'interactions pour tes followers.

2

OPTIMISER TON PROFIL

Il est crucial d'optimiser son profil sur les réseaux sociaux car cela crée une première impression professionnelle, augmente la crédibilité, attire de nouveaux abonnés, améliore la visibilité en ligne et renforce le lien avec l'audience en mettant en valeur ses points forts, sa personnalité et ses valeurs.

Code Liberté.

NOMME TON COMPTE

Ta marque va prendre vie ici

Lorsqu'il s'agira de nommer ta page, tu devras réfléchir à la manière la plus claire et la plus simple de communiquer sur ce que tu proposes à ton public cible.

Si tu crées une page sans visage, choisis un thème pour ton nom. Par exemple, opte pour quelque chose comme TheRichGirlsEra. Ainsi, lorsque les gens recherchent le mot "RICHE" sur Instagram, ta page est susceptible d'apparaître.

Si tu démarres une nouvelle page pour TON ENTREPRISE, préfère le nom de ton entreprise ou ton propre nom. Évite de choisir un nom trop restrictif, comme "activités annexes" ou "produits numériques". Tu veux éviter d'avoir à changer de nom en cours de route, et tu ne sais jamais comment ton entreprise pourrait évoluer.

PROMPT CHAT GPT POUR TROUVER DES NOMS DE COMPTE

“Tu vas me donner (nombre de noms générés je te conseille une dizaine) noms de marque en (langue français ou anglais) pour mon nouveau compte Instagram dans le domaine du (ta niche de prédilection), si possible en (nombre de mots dans le nom) en t’adressant à un public de (âge, sexe, objectifs, problématiques, besoins, rêves de ta cible).”

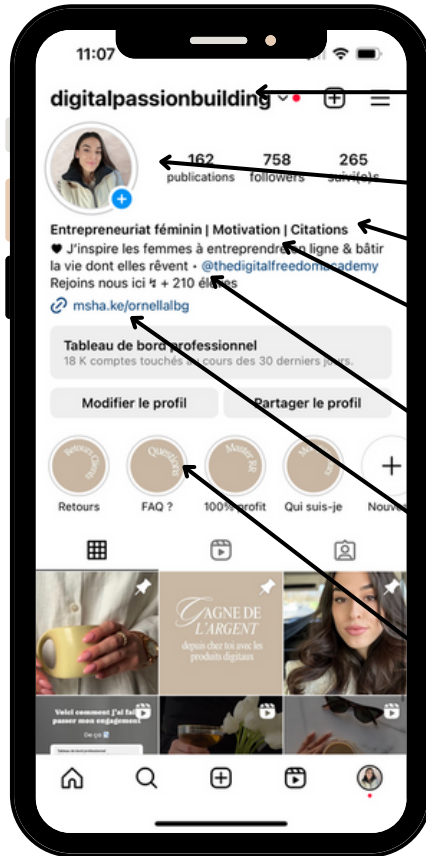
N’OUBLIE PAS QUE...

Tu dois choisir ton propre personal branding, s’il te plait ne copie pas le mien ou ceux des autres qui “réussissent” car s’ils réussissent c’est justement parce qu’ils sont uniques. C’est comme ça que tu vas donner vie à ta personnalité et à tes passions donc sois original(e) !

Incarne un personnage qui intrigue suffisamment les gens pour qu'ils restent. Partage de vraies parties de toi-même tout en préservant ton intimité.

N'oublie pas de partager ton histoire. La narration est TELLEMENT puissante parce que les gens ADORENT se connecter avec de VRAIES personnes ! C'est EXTRÊMEMENT important lorsque l'on gère une entreprise sans montrer son visage !

OPTIMISE TA BIOGRAPHIE



PSEUDO

Bref et spécifique

PHOTO DE PROFIL

Portrait photo ou logo

NOM SEO RECONNAISSABLE

Mots-clés ciblés / Uniques

DESCRIPTION

Le problème que tu résous ou ce que tu promets

CALL TO ACTION

Invite tes abonnés à cliquer

LIEN

Lien de ton site internet / Linktree

HIGHLIGHTS

Tes stories à la une pertinentes

RAPPEL : ta personnalité résume l'ambiance que tu présentes à travers du contenu écrit, qu'il soit statique ou en vidéo.

01

Traits de personnalité et intérêts personnels que tu partages

03

Photo de profil et images mettant en valeur ta marque

02

Ton histoire personnelle, ta vision et tes valeurs pour ta marque

04

Ta façon d'écrire, ton langage et style de communication

3

MONÉTISE TA PAGE

Maintenant que tu as créé les bases de ton entreprise, il est temps de monétiser ta page Instagram sans visage. Il existe plusieurs façons de procéder, mais dans ce Playbook, nous aborderons la monétisation avec les produits digitaux.

Code Liberté.

Les produits numériques sont le meilleur moyen de monétiser ton compte sur les réseaux sociaux.

Ils sont extrêmement rentables, nécessitent aucun inventaire ni aucune expédition et offrent d'excellentes marges bénéficiaires, ce qui en fait un moyen extrêmement rentable de gagner de l'argent en ligne.

DEMANDE DU MARCHÉ

La clé principale du succès dans la création de produits digitaux réside dans le problème que tu vas résoudre pour ton public. Tu dois créer un produit digital qui offre une solution à leurs problèmes.

Mais comment identifier le problème que tu résous ? Il existe plusieurs façons de définir le problème avec lequel ton public cible est confronté, et tu peux le faire par le biais d'une étude de marché. Sur la page suivante, tu découvriras comment réaliser ta propre étude de marché.



ASTUCE :

Utilise Chat Gpt et les prompts ci-dessous pour générer plus d'idées :

- Quelles sont les 10 questions les plus recherchées sur (ta niche) ?
- Qui sont les 10 influenceurs en ligne dans (ta niche) ? Inclus le réseau social qu'ils utilisent et le domaine d'expertise qu'ils couvrent.
- Quels types d'offres d'apprentissage digital proposent d'autres experts dans (ta niche) ? Fournis-moi 10 sujet spécifiques qu'ils abordent dans leurs produits digitaux.

01

RECHERCHE DE MOTS-CLÉS

Utilise des outils de recherche de mots-clés comme **Wordstream** ou **Answer the public** pour découvrir ce que les gens recherchent dans ta niche. Recherche des mots-clés à volume de recherche élevé (environ 20 000+) liés aux problèmes et aux défis auxquels ton public cible est confronté.

RÉSEAUX SOCIAUX

L'**examen des commentaires** sur les publications Facebook ou Instagram liés à ta niche peut être un excellent moyen de comprendre les **difficultés** et les **points faibles de ton public**. En lisant les commentaires, tu peux mieux comprendre les expériences, les opinions et les frustrations de ton public. Tu peux voir quel genre de **questions** ils posent, à quels problèmes ils sont confrontés et quelles solutions ils recherchent.

02

ENQUÊTE ET SONDAGE

Contacte ton public existant avec des **enquêtes** et des **sondages** pour recueillir des informations. Pose des questions sur leurs **difficultés**, leurs **problèmes et leurs défis**. Cela te donnera un aperçu de leurs besoins et t'aidera à adapter ton produit digital à leurs intérêts.

03

FORUM DE DISCUSSION

Parcoure les **forums** et les **communautés en ligne** (groupes facebook) liés à ta niche pour voir de quoi les gens discutent. Recherche des sujets liés aux problèmes et aux défis auxquels ton public est confronté.

04

EXPÉRIENCE PERSONNELLE

Il y a de fortes chances que tu aies **vécu les difficultés** et les problèmes de ton public cible. Utilise ces connaissances pour créer un produit digital qui les intéresse. Utilise ta **propre histoire** et tes propres idées pour établir une **connexion** via ton produit digital.

05

WORDSTREAM est un moyen simple et excellent de découvrir à quel point tes idées sont rentables. Tu peux commencer à rechercher des mots-clés pour tes idées de produits digitaux ! Ici tu peux découvrir à quel point le problème que tu essaies de résoudre est courant, en voyant combien de personnes le recherchent sur les moteurs de recherche chaque mois.

Fais une compile de quelques mots clés que tu penses que ton public cible rechercherait et saisis-les dans Wordstream. Tu souhaites viser au minimum 20 000 recherches pour chaque mot-clé. Assure-toi de noter les mots-clés qui cartonnent.

Voici un exemple en utilisant les mots-clés “Perte de poids régime kété”

The image shows a screenshot of the Wordstream search interface. On the left, there is a 'Refine Your Search' section with three dropdown menus: '*Keyword or Website URL' (set to 'Perdre du poids régime keto'), 'Choose an Industry (Optional):' (set to 'Health & Fitness'), and 'State or Country' (set to 'France'). On the right, there is a list of 25 related keywords under the heading 'Affichage de 25 sur 384 mots-clés'. The keywords are: 'club de fitness', 'séances d'entraînement pour le ventre plat', 'être en forme', 'exercices de perte de poids à la maison', 'une salle de sport', 'entraînement de la graisse du ventre', and 'exercices de perte de poids'.

Il faut que tu utilises la niche que tu as choisi et UNE question dans cette niche à laquelle tu souhaites répondre. C'est le problème que tu vas résoudre avec ton produit digital. À terme, tu pourras créer des produits digitaux supplémentaires qui répondent à d'autres questions, mais commençons par une seule.

Voici quelques exemples de produits digitaux qui résolvent un problème pour leur niche :

- Guide : comment lancer une entreprise de photographie ?
- Comment faire l'école à la maison ?
- Comment budgétiser et planifier financièrement 2024 ?
- Atelier de pleine conscience de soi
- Webinaire sur la nutrition et le gestion du poids
- Feuilles de travail de suivi de la condition physique (tracker)
- Feuille de travail de planification des réseaux sociaux (worksheet)

CONSEIL PRO : Porte une attention particulière aux autres problèmes et points douloureux que ton client t'exprime lorsque tu vas résoudre un problème avec ton premier produit digital.

Note-les ! Ces conversations te donneront des idées pour ton PROCHAIN produit digital (et crois-moi quand je dis que les idées ne cesseront de surgir !)



PRODUITS DIGITAUX

Prêts à l'emploi

N'oublie pas que tu peux revendre ce ebook (SHYLY SOCIAL) mais bien d'autres encore pour 70% de commissions si ta niche concerne la monétisation en ligne et le marketing digital.

Cependant, je veux que tu saches comment créer ton propre produit digital alors allons droit au but !

Tout d'abord, tu as DEUX options : acheter un template de produit digital DFY sur [Etsy](#) ou [Creative Market](#), OU créer toi-même un produit digital à l'aide des modèles GRATUITS de Canva.

ETSY / CREATIVE MARKET :

- Accède à Etsy ou Creative Market et recherche « **PLR** » ou « **private label rights** ».
- Recherche tous les produits numériques PLR (Private Label Rights) qui te correspondent à toi, à ton étude de marché et au problème que tu souhaites résoudre pour les gens.
- Une fois que tu as choisi un produit digital PLR, rédige une déclaration « **J'aide** ». Cela t'aidera à clarifier le message de ta marque et de ton produit digital.

Exemples:

« J'aide les mamans occupées avec des idées de repas scolaires sains qui ne prennent pas plus de 10 minutes dans leur journée ! »

« J'aide les mères au foyer à créer un revenu passif grâce aux produits digitaux ! »

MODÈLE CANVA GRATUIT :

Va sur CANVA. Tape le type de modèle que tu recherches, comme « planificateur », « check-list », « ebook », « calendriers », etc. dans la barre de recherche.

Il y a une tonne de beaux design parmi lesquels choisir ! Saisis simplement ton contenu et ton image de marque, personnalise-le et enregistre-le sous forme de document PDF, et voilà ! Tu as créé ton propre produit digital !

REMARQUE : si tu utilises l'un des modèles gratuits de Canva, assure-toi de le personnaliser avant de le vendre.

PERSONNALISATION/ENREGISTREMENT DE TON PRODUIT NUMÉRIQUE :

01

Ouvre ton modèle de produit digital PLR sur Canva

02

Personnalise les couleurs et les polices d'écritures pour que ça corresponde à ton branding et ton style. Tu peux aussi changer le texte - c'est mieux de personnaliser au maximum. [Si tu débutes sur Canva voici un tutoriel GRATUIT !](#)

03

Une fois que tu es satisfait(e) du résultat, enregistre ton produit digital en format PDF.

04

Si tu veux créer des templates (story, carrousel, post, ebook, PLR etc...) cette étape te permet de partager un modèle qui peut être modifié par toutes les personnes ayant le lien, sans que ça ne modifie l'original.

Note : ce lien sera fourni à tes clients dans l'email de confirmation accompagnant l'achat de ton produit digital. Nous verrons ça un peu plus loin.

4

OBJECTIFS DE PRIX & REVENUS

Pour maximiser le succès, il est essentiel de se fixer des objectifs de revenus clairs, tout en tenant compte des attentes et des budgets de la clientèle cible. En établissant des prix en fonction de la valeur perçue par les clients, tu peux éviter de fixer des prix trop élevés, qui pourraient décourager les achats, ou des prix trop bas, qui pourraient dévaloriser le produit.

Code Liberté.



DÉFINIR UN PRIX

Tout d'abord, je tiens à te dire qu'il n'y a pas de « prix unique ». Cependant, lorsque tu débutes, c'est une bonne idée d'avoir un produit moins cher dont le prix se situe entre **30€ et 100€**.

Tu peux toujours augmenter ce prix au fur et à mesure que ton expertise et ton public se développent, mais juste pour y aller étape par étape, commencer à ce prix est un bon début !

Modèles de tarification de base :

Petits prix - 10€ à 50€. Un volume de ventes plus élevé est nécessaire, mais la barrière à l'achat est plus faible.

Billet moyen - 100€ à 500€. Équilibre de la marge bénéficiaire et vente plus facile qu'un billet élevé.

Billet élevé - 1000 € +. Maximise le bénéfice par vente, mais réduit le nombre de clients.

À l'heure actuelle, je veux que tu réfléchisses au prix auquel tu te sentirais le **plus à l'aise de vendre**, car cela t'aidera à atteindre tes objectifs de revenu !

N'oublie pas non plus de **servir** d'abord ton public, car c'est ce qui te permettra de gagner un client FIDÈLE.

EXERCICE

PRENDS UNE FEUILLE DE PAPIER ET RÉPOND AUX QUESTIONS SUIVANTES :

1

Quelle est la valeur/l'avantage fondamental que ton produit apporte aux clients ? Comment cela les aidera-t-il ?

2

Dans quelle fourchette de prix les concurrents vendent-ils des produits similaires ?

3

Quels sont les coûts de production que tu engageras pour créer le produit ? (temps, produits utilisés, ressources...)

4

Quel est le prix qui correspond à la valeur que tu offres ? (réfléchis à la transformation que tu apportes)

5

Quel prix semble juste et raisonnable pour ta clientèle cible ?

6

Quel prix pourrait maximiser tes marges bénéficiaires ? Envisage des modèles de revenus récurrents

7

Quel prix de lancement peut inciter de nouveaux clients à essayer ton produit ? Pense à la tarification par paliers

Je te recommande de bien réfléchir à la quantité de valeur contenue dans ton produit. Je sais que tu vois des gens vendre leurs propres guides pour 27€ à 47€, mais ne déprécie pas ton entreprise à cause de cela ! Reconnais ta valeur, commercialise stratégiquement et les gens achèteront chez toi.



OBJECTIFS REVENUS

10K

premier trimestre

Maintenant que tu as décidé de ta tarification, parlons des objectifs de revenu !

20K

deuxième trimestre

Pense au **revenu mensuel** que tu aimerais rapporter pour 12 MOIS dans le démarrage de ton entreprise.

30K

troisième trimestre

Pour simplifier la répartition des mathématiques, disons que ton objectif est de 3300€/mois.

40K

quatrième trimestre

Maintenant, prends ce nombre et multiplie-le par trois comme ceci :



Tu vois bien qu'à chaque trimestre, ça augmente progressivement ? C'est parce que c'est ce que les entreprises vivent généralement ! Elles commencent doucement mais sûrement, et avec de la cohérence, du temps et des efforts - cela s'accumule !

Ton premier trimestre :

Regardons ton premier trimestre (tes 3 premiers mois après le lancement)...

Si l'objectif est de 10 000€, ces trois premiers mois pourraient ressembler à ceci :

Mois 1 : 2 000€

Mois 2 : 3 000€

Mois 3 : 5 000€

Ton premier mois :

Si ton objectif est de gagner 2 000€ dans les 30 premiers jours suivant le lancement de ton produit digital à 97€, tu n'auras qu'à réaliser 20 ventes !

Réalisés-tu maintenant à quel point le potentiel est fou ?! Même en tant que débutant, même en tant que personne qui crée un nouveau compte Instagram ?!

Et le plus cool ? Il s'agit d'un revenu PASSIF, ce qui signifie que tu pourrais gagner €€€ dans ton sommeil !

Il s'agit de ventes réalisées grâce à quelques publications sur les réseaux sociaux par semaine et à un simple entonnoir que tu as déjà mis en place.

*Le revenu passif change la vie, mon ami(e) !
Maintenant, mettons-nous au travail pour
tout mettre en place afin que tu puisses
commencer à le vivre !*



5

TON FREEBIE

Vendre des produits digitaux, c'est bien, mais nous devons commencer à rendre ton entreprise plus automatisée (afin que tu puisses gagner de l'argent pendant que tu fais tout autre chose que du business). L'une des façons d'y parvenir est d'offrir un cadeau à notre public.

Code Liberté.

Un freebie (ou lead magnet) est une incitation que tu offres à ton public cible en échange de son adresse e-mail. Il existe de nombreux types de cadeaux que tu peux offrir. Un mini guide, une liste, un eBook, un mini cours, pour n'en nommer que quelques-uns.

Voici pourquoi on devrait tous avoir des lead magnet :

CONSTRUCTION LISTE D'EMAIL

Un cadeau est un excellent moyen de développer ta liste de diffusion (nous nous pencherons plus tard sur le marketing par e-mail). Toute personne qui s'inscrit à ta liste de diffusion est appelée un « prospect ». Avoir une liste de diffusion te permet d'atteindre directement ton public, de nourrir les prospects et de les convertir en clients payants au fil du temps.

CONFIANCE & AUTORITÉ

Fournir un contenu de valeur par le biais d'un cadeau établit la confiance et positionne ta marque comme une autorité dans ton secteur. Lorsque les gens voient que tu es prêt(e) à partager des informations précieuses sans vente immédiate, ils sont plus susceptibles de faire confiance à tes futures recommandations et offres.

SÉCURITÉ

Dans le cas où ton compte de réseaux sociaux serait suspendu ou banni, le fait d'avoir une liste de d'email garantit que ton public (ou ton entreprise) ne sera pas complètement perdu !



AUTOMATISATION

La croissance d'une liste d'email et le marketing par e-mail sont la CLÉ pour que ton entreprise de produits digitaux fonctionne en pilote automatique. C'est ce qui te permettra de faire des ventes pendant que tu dors ou que tu sors avec ta famille !

ENTRETENIR LE LIEN

Une fois que tu as collecté des prospects, tu peux utiliser le marketing par e-mail pour nourrir ces prospects au fil du temps. Tu peux fournir du contenu supplémentaire de valeur, partager des histoires de réussite et guider progressivement les prospects tout au long du parcours de l'acheteur, augmentant ainsi la probabilité de conversion des ventes.

RELATION À LONG TERME

Les lead magnets ne sont pas seulement une question de conversions immédiates ; Ils sont un outil pour établir des relations à long terme avec tes clients. Grâce à une communication continue et à un contenu de qualité, tu peux maintenir l'intérêt de ton public et transformer les acheteurs ponctuels en clients réguliers.





CRÉER TON FREEBIE

Il est important que ton cadeau soit directement lié à ton produit digital payant. Ton cadeau va donner à ton client idéal un aperçu de la valeur qu'il recevra dans ton offre payante. Donne-leur un avant-goût, mais pas tout !

Un cadeau apporte une solution à un problème. Pour inciter ton public cible à télécharger ton cadeau, tu dois lui proposer une solution à un problème auquel il est confronté. Oh, et assure-toi qu'il a de la valeur ! Tu ne veux pas offrir quelque chose que PERSONNE n'accepterait !

TYPES DE CADEAUX :

Webinaire / Masterclass
Mini guide ou ebook
Modèles / templates
Check-lists
Courtes vidéos de formation

BESOIN D'INSPI ?

Regarde ce que d'autres personnes dans ta niche offrent comme cadeaux en t'inscrivant à leurs listes de diffusion. N'oublie pas de ne pas les copier, utilise-les simplement comme guide !

QUELQUES TIPS

Offre une valeur réelle : le cadeau doit offrir une valeur significative, et pas seulement être un cadeau gadget. Offre des conseils concrets.

Exemple partiel de contenu : donne un aperçu de la formation complète de ton produit payant.

Étapes d'action et exercices : Inclue des activités pour inciter les lecteurs à mettre en œuvre des conseils.

Appel à l'action : Dirige-les vers l'achat du produit complet pour en gagner plus.

Résous un problème urgent : concentre-toi sur le fait de résoudre un problème urgent rencontré par ton public.

Études de cas et exemples : Démontre ton expertise et tes réussites passées.

Capture de prospects : collecte les e-mails des lecteurs en échange du téléchargement gratuit.

Image de marque et liens : mets subtilement en valeur ta marque, ton site Web et tes offres dans le design du cadeau.

6

SYSTÈME IO

Maintenant, nous avons besoin d'un endroit pour gérer toute ton entreprise ! Mettre en place une page de vente en ligne pour vendre tes produits digitaux n'a jamais été aussi simple... merci à Système IO ! C'est ton ONE-STOP-SHOP et c'est là que se trouvent tes offres digitales (tes cadeaux, tes produits digitaux, tes e-mails) ! Ton public peut simplement cliquer sur le lien de ton site dans ta bio, acheter tes produits digitaux et les recevoir directement dans leur boîte de réception !

Code Liberté.

CONFIGURE TON SYSTÈME

Il existe d'autres options parmi lesquelles tu peux choisir, (Stan Store et Pensight par exemple) cependant Systeme iO est sans conteste ma plateforme préférée absolue pour vendre mes produits digitaux ! Je gère toute mon entreprise de produits digitaux ici, et c'est SUPER convivial pour les débutants.

Il y a aussi tellement d'autres choses que tu peux faire avec Systeme iO, telles que la création d'un blog, de ta propre formation, le marketing par e-mail + bien plus encore !

NOTE BIEN :

Tu peux t'inscrire à leur forfait payant à 27 € /mois pour plus de fonctionnalités. On y vient tous à un moment donné car tu vas avoir plusieurs tunnels et plusieurs produits digitaux je te le souhaite ! Personnellement c'est ce que j'utilise, car il permet d'accéder à TOUTES leurs fonctionnalités, en particulier leurs fonctionnalités de marketing par e-mail et de création d'entonnoir de vente.

Dans les pages suivantes, je vais te guider dans la mise en place pure et dure.

CRÉE TON COMPTE SYSTEME IO ICI



Stripe

Crée un compte sur <https://stripe.com/fr>

Dans **Paramètres** (petite roue en haut à droite) tu vas dans **Paramètres de l'entreprise** et tu remplis les informations nécessaires.

Dans **Détails de l'entreprise** tu pourras ajouter le nom de ton site web (page de capture, ou opt-in)

Godaddy

Crée un compte sur <https://www.godaddy.com/fr-fr>

Dans **Rechercher mon domaine** tu tapes le nom que tu as choisi pour vérifier sa disponibilité.

Puis tu fais **Ajouter au panier**, tu ajoutes **Messagerie de base** pour avoir un email professionnel et faire en sorte que tes campagnes d'email ne tombent pas dans les spams.

Puis **Aller au panier** (pour

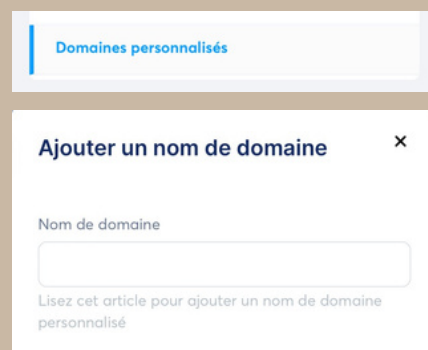
59,99€ l'année).

paiement

Dans **Comptes bancaire & devises**, tu pourras rentrer ton **RIB** pour recevoir les paiements et **définir la fréquences des virements** sachant qu'en général tu seras payé(e) entre 3 à 5 jours ouvrables.

Dans l'accueil à **Paievements** tu pourras suivre l'état de tes paiements et de tes transactions.

Puis dans les **Paramètres** et dans **Domaines personnalisés** clique sur le + et ajoute ton nom de domaine en suivant les étapes sur ce [lien](#) pour relier ton nom de domaine.



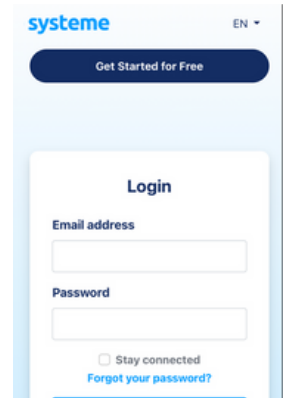
The screenshot shows a user interface for managing personalized domains. At the top, there is a header 'Domaines personnalisés'. Below it, a modal window titled 'Ajouter un nom de domaine' is open. Inside the modal, there is a text input field labeled 'Nom de domaine'. Below the input field, there is a small text instruction: 'Lisez cet article pour ajouter un nom de domaine personnalisé'.

Ecris toujours **au support** par email pour leur demander de vérifier que tout soit bien paramétrer.

domaine

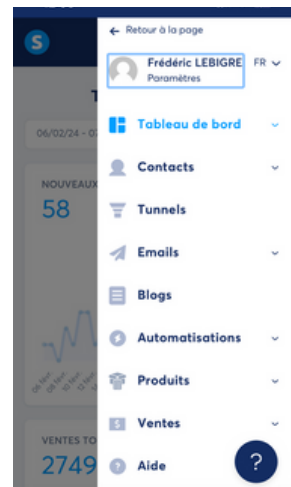
étape 1

Crée ton **compte** Systeme iO avec le lien fourni sur la page précédente, avec ton adresse email et un mot de passe > ici



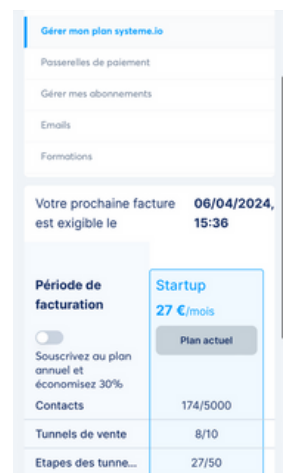
étape 2

Tu vas directement configurer ton compte Systeme iO en allant en haut à droite dans **Paramètres** à côté de ton nom et prénom.



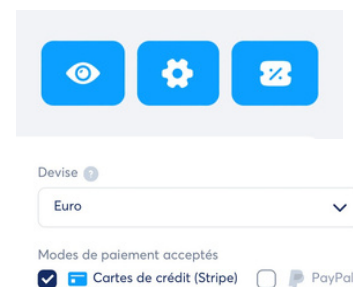
étape 3

Dans **Gérer mon plan de paiement** tu peux faire le choix de passer à la version payante directement pour avoir plus de fonctionnalités mais c'est une option, toujours modifiable par la suite.



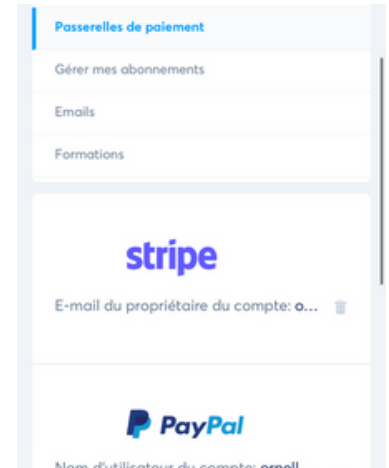
étape 4

Dans les **paramètres** de ta Page de paiement clique sur la **Roue** puis sélectionne la **devise Euro** et le paiement avec **Stripe**.



étape 5

Relie ton compte **Stripe** à ton Systeme iO en allant dans **Passerelle de paiement** dans les Paramètres et en cliquant sur **Connecter**, suis bien toutes les étapes indiquées.



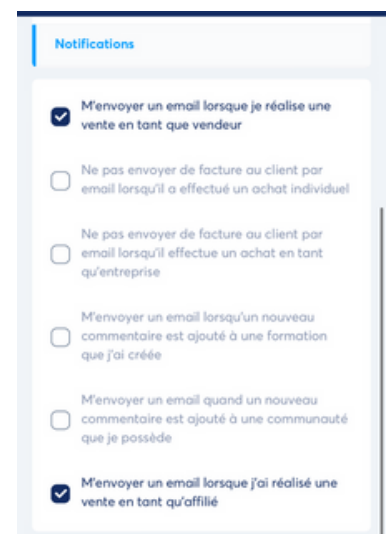
étape 6

Dans l'onglet **Emails** tu vas rentrer ton email professionnel acheté sur **Godaddy** et suivre les étapes de vérification puis **cocher** les mêmes cases que sur l'image et rentrer ton email pour l'envoi des emails tests.



étape 7

Dans **Notifications** veille à bien cocher ces cases là.



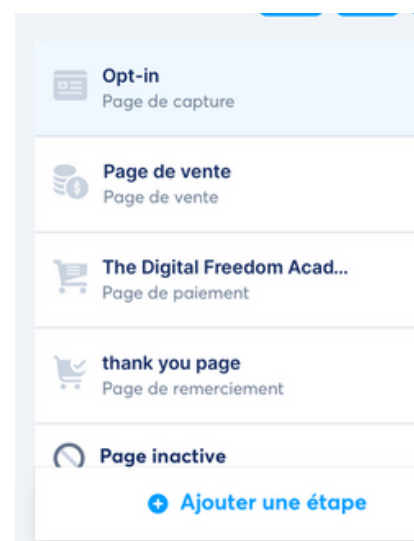
étape 8

Dans **Tunnel** tu vas pour cliquer sur le **+** et créer ton premier tunnel, choisir ton **nom de domaine** et créer un **tunnel personnalisé**.



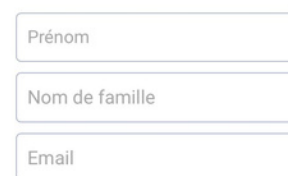
étape 9

Voici les étapes pour créer ton tunnel en cliquant sur **Ajouter une étape**, l'opt-in pour récupérer les emails des prospects, la page de vente pour détailler ton offre, la page de paiement, et la page de remerciement.



étape 10

Pour l'Opt-in l'essentiel est de créer un **Champ de formulaire** dans les paramètres à gauche, pour que le prospect laisse son email, et un **Bouton cliquable** pour **Enregistrer le contact**.



DÉCOUVRIR LA MÉTHODE

Action du bouton

Enregistrer le contact

Rediriger les visiteurs après l'inscription?

Vers l'étape suivante du tunnel

étape 11

Dans ta **Page de vente** tu vas détailler ton offre et y mettre un **Bouton cliquable** pour diriger les prospects vers la **Page de paiement**.



Action du bouton

Vers l'étape suivante du tunnel

Aligner

étape 12

Pour ta **Page de paiement** avant de modifier la page tu vas dans les **Paramètres**, tu descends dans **Tarif de l'offre** et tu peux créer un **Paiement unique** pour un paiement en une fois.

Paramètres

Tarif de l'offre

Comment les clients paieront pour l'offre

[Ajouter un plan tarifaire](#)

Choisissez un tarif pour votre offre

Sélectionner

Paiement unique

Abonnement

Paiement en plusieurs fois

étape 13

Tu peux ajouter un **Paiement en plusieurs fois** en cliquant sur **Ajouter un plan tarifaire**, **Paiement en plusieurs fois** et tu suis l'image (essai 0 mois, rentre ta mensualité, chaque 1 mois, et le nombre de mensualités)

Type de plan tarifaire

Paiement en plusieurs fois

Période d'essai

0

Les clients paieront:

0

eur

Chaque

1

Mois

Nombre de paiements

5

TEMPLATE TUNNEL

Est-ce votre/ton cas ? (ici donner et décrire la situation de ton client), soit sous forme de question soit en écrivant) :

Sous forme de question :

Tu n'arrives pas à ___ ? (problématique)

Tu aimerais ___ ? (solution)

Tu ne sais pas comment ___ ? (problématique)

Tu ne comprends pas pourquoi tu ne ___ ? (problématique)

Sous forme de phrase :

La plupart des personnes qui veulent ___ (solution) n'y arrivent pas Et c'est normal Le problème c'est qu'elles n'ont pas les bonnes méthodes (techniques, outils) (choisir le mot adéquat selon ton secteur)

Du coup elles se retrouvent ___ (décrire les sentiments de frustration)

Et au final elles n'arrivent toujours pas à ___ (solution)

C'est tout à fait normal et je vais tout t'expliquer, prête attention à ce qui suit.

Mais avant laisse-moi me présenter :

Te présenter de manière simple et claire.

Imaginez ...Imagine Pouvoir faire (solution) ___ sans ___ (problème)
Réussir à (solution) ___ tout en ___ (bénéfices) Avoir (solution) ___
sans ___ (problème)

Le rêve non ?

Et là tu te dis, non ce n'est pas pour moi

Ça arrive qu'aux autres

La vérité, c'est que si tu n'arrives pas aujourd'hui à ___ (solution)

Ce n'est pas de ta faute

Ce qui te manque réellement c'est : une méthode, un outil, une stratégie (unique, universelle, inconnue, secrète)

Ici tu dois choisir le bon mot et jouer sur la curiosité, en fonction de ton produit tu ne diras pas la même chose)

Et je vais tout t'expliquer :

TEMPLATE TUNNEL

Preuve sociales :

“Les résultats de mes client.es”

Ici tu vas montrer des témoignages ou avant-après de personnes qui ont eu des résultats dans ton secteur.

Cela peut-être tes propres résultats, si tu n’as AUCUN AVIS mets les avis que tu as sur tes autres produits mais dans ce cas là, écris “Ce qu’ils pensent de mes produits”.

Si tu n’y arrives pas aujourd’hui...

C’est parce que pour réussir à ___ (solution)

Tu dois avant tout connaître ___ et ___ et ___

Écouter les conseils gratuits sur internet ne t’aideront pas

Ce qu’il te faut c’est un véritable PLAN/MÉTHODE/OUTIL (bref développer et choisir le mot adéquat selon ton produit)

Annonce de ton produit : C’est pour ça que j’ai décidé de créer ___ (nom du produit)

Le seul produit du marché qui t’aidera à __ (problématique)

Décrire l’intérieur de ton produit brièvement.

Annoncer les bonus si tu en as

Annoncer le prix

Aujourd’hui bénéficie d’un accès immédiat à ___ pour seulement xx euros (BONUS GRATUITS)

Attention cette offre à ce prix là ne restera pas longtemps !

FAQ : Écrire et répondre aux questions que ta cible peut se poser
Pour ça mets toi à la place de ta cible

Les questions les plus courantes :

> À qui s’adresse ce produit ? Est-il valable à vie ?

> Puis-je me faire rembourser ?

> Devrais-je payer d’autres choses en complément ?

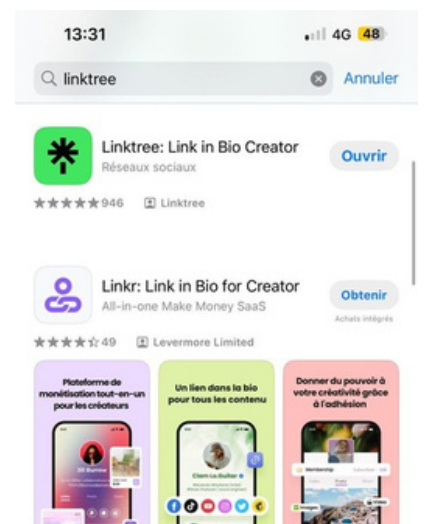
Puis tu as les questions liées à ton produit, pour ça c’est important d’avoir teaser en story pour comprendre les problématiques et envies de ta cible. Tu pourras aussi alimenter cet FAQ au fur et à mesure des jours car ta cible viendra sûrement te poser des questions en privé.

CONFIGURE TON LINKTREE

Linktree est un outil pratique pour maximiser l'efficacité de ta présence en ligne. Il te permet de regrouper tous tes liens importants en un seul endroit pour simplifier la navigation de tes followers. Sur des plateformes comme Instagram, où tu es limité à un seul lien dans ta bio, Linktree contourne cette restriction en offrant un accès à plusieurs liens via une seule URL. De plus, tu peux personnaliser ton Linktree pour correspondre à ton identité visuelle et créer une expérience utilisateur cohérente avec ta marque.

étape 1

Télécharge l'application depuis ton App Store ou rends-toi sur le [site officiel](#) et crée ton compte.

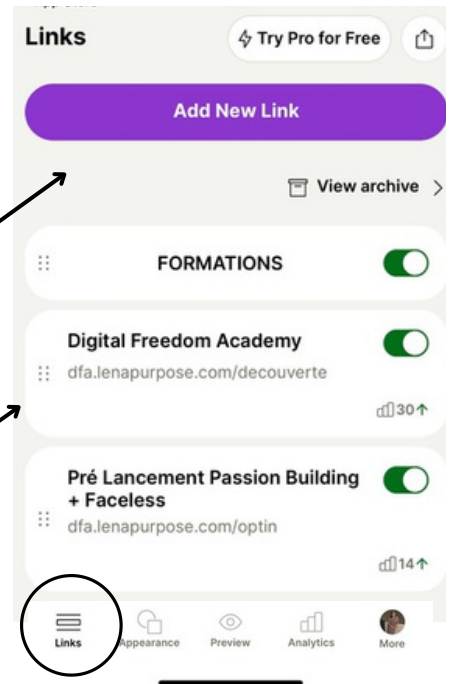


étape 2

Crée, organise et ajoute tes différents liens en fonction de tes offres.

Clique sur "**Ajouter un nouveau lien**" pour nommer un nouveau lien.

Déplace et **réorganise** l'ordre de tes offres selon ton choix.

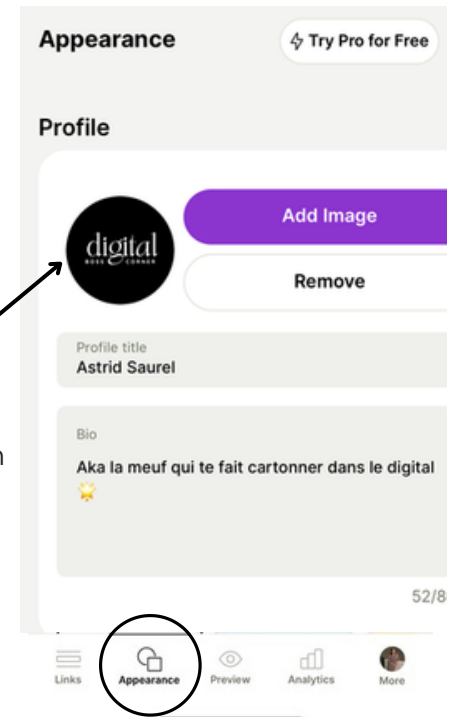


étape 3

Crée ton profil en écrivant une bio pertinente.

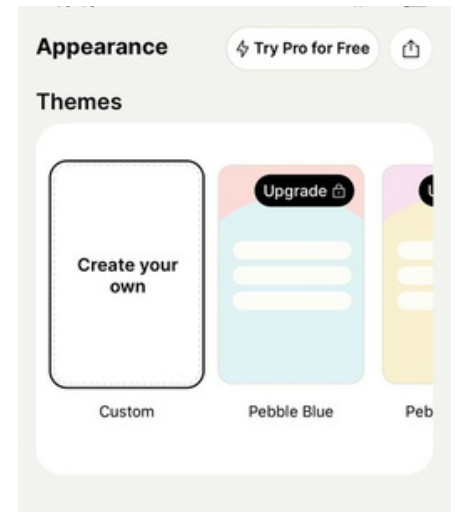
Change ta photo de profil.

Décris-toi et ton **business** en une phrase.



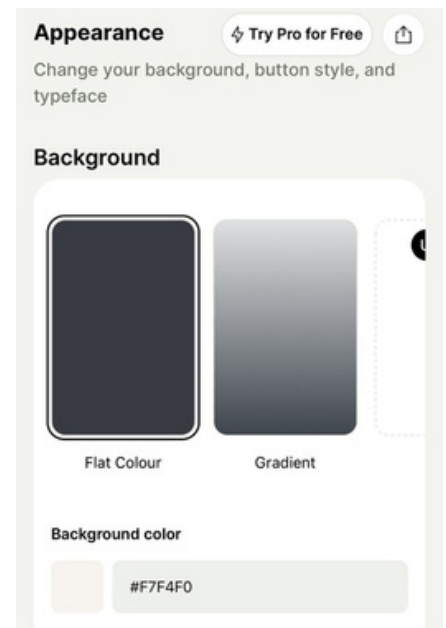
étape 4

Choisis le **thème** de ton feed.



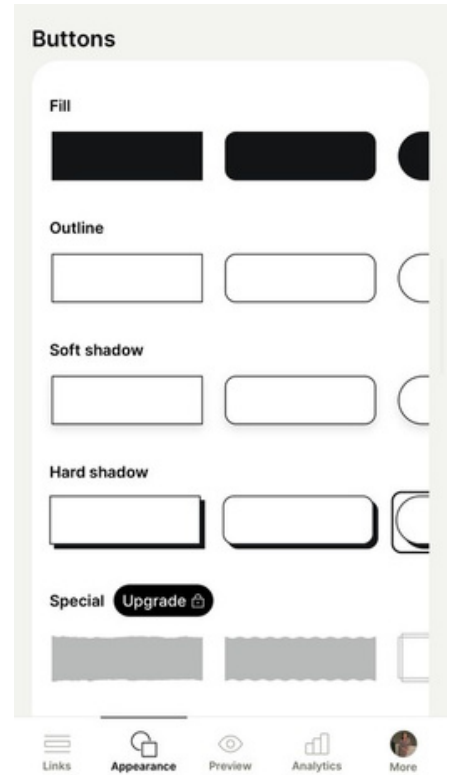
étape 5

Personnalise la couleur de l'**arrière-plan**.



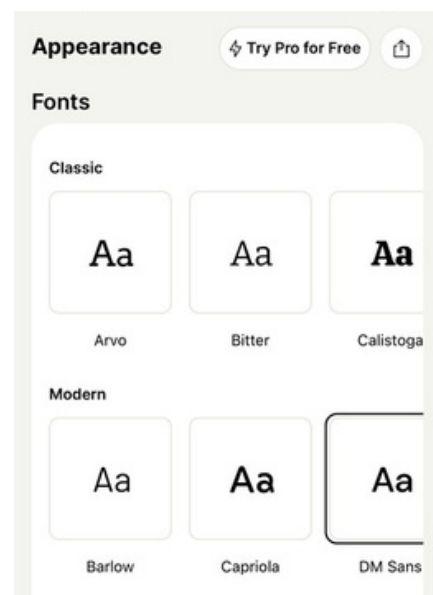
étape 6

Personnalise les boutons **d'action**



étape 7

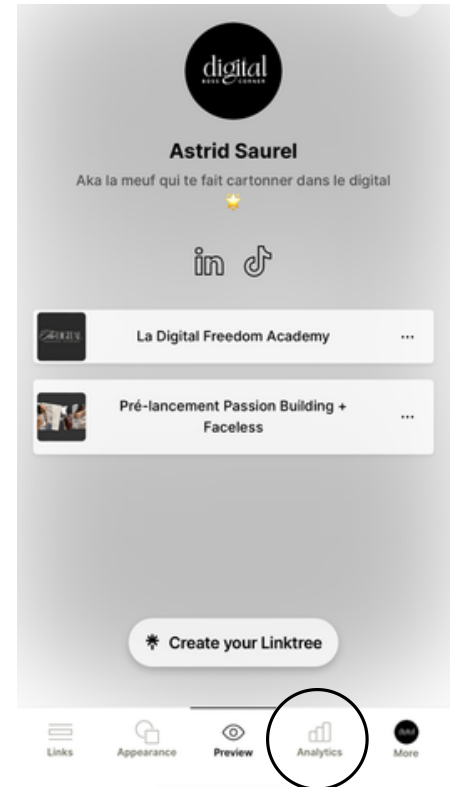
Choisis la **police** qui correspond à ton image de marque.



étape 8

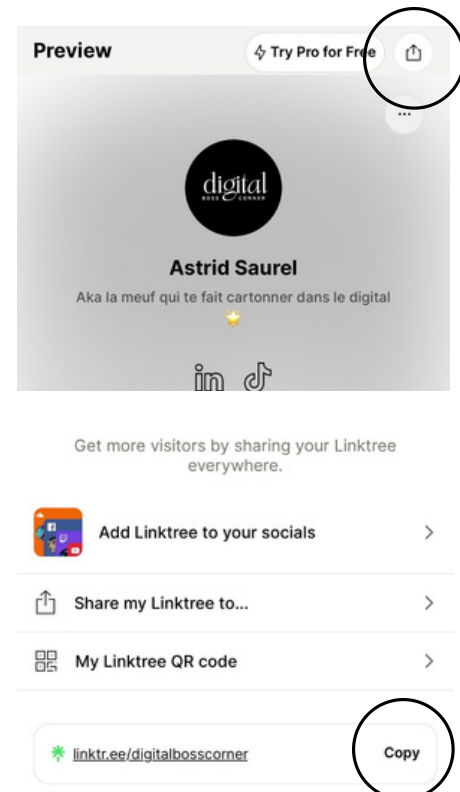
Aie une **vue d'ensemble** avant le lancement.

Toutes les **analyses** concernant les visiteurs et le nombre de clics.



étape 9

Copie ton **lien** dans ta bio Instagram.





7

AUTOMATISE TON BUSINESS

Automatiser un business en marketing digital avec Système iO et l'emailing offre des avantages incroyables. Cela permet de gagner du temps, d'assurer la cohérence, de cibler efficacement les clients, d'envoyer des offres personnalisées et de libérer les ressources pour des tâches à plus forte valeur ajoutée. En résumé, l'automatisation maximise les résultats tout en minimisant tes efforts manuels.

Code Liberté.

EMAILING

Nous allons maintenant approfondir ce sujet (le marketing par e-mail), car c'est ce qui permettra à ton entreprise de fonctionner grâce à l'automatisation.

Le marketing par e-mail n'est qu'une autre façon de dire « vendre avec des e-mails ». Aujourd'hui, on a la possibilité de vendre directement à notre public, grâce à la mise en place et à l'envoi d'e-mails automatisés.

Avec un flux d'e-mails (ou une séquence d'e-mails) bien rédigé qui est envoyé à ta liste de diffusion, tu peux renforcer la confiance et convertir les prospects en clients avec facilité et automatisation.

Alors commençons à le construire !

La première chose que tu devras faire est de t'assurer que tu es passé(e) à un compte PRO sur Systeme iO. C'est 27€ par mois et tu peux faire de l'affiliation avec pour rentabiliser ta mensualité. C'est un coup mensuel certes, mais tellement bénéfique et nécessaire au bon développement et à la croissance de ton business en ligne.

Pense-y ! Tu n'as ni essence, ni loyer ni coût de production alors ça vaut le coup de le prendre et c'est sans engagement. Retrouve le lien pour créer ton compte au début de ce playbook, si ce n'est pas déjà fait.

étape 1

Pour que tes clients reçoivent ton produit digital sans que tu n'aies rien à faire, on va programmer un email automatique. Dans **Contacts**, puis **Tags**, tu cliques sur le **+** et tu crées un **Tag Acheteur** (+ le nom de ton produit)

Contacts

Contacts

Tags



Nom du tag Acheteur ****

Aujourd'hui 0

étape 2

Automatisation> Workflows>Créer votre propre déclencheur>Tag Acheteur. Ensuite tu cliques sur le petit **+** puis tu crées une **Action** >Sortir de la campagne (ta campagne d'acheteur) puis pareil **Action** pour envoyer un **Email** dans lequel tu mettras le **lien du modèle Canva** de ton produit digital.

Automatisations

Règles

Workflows



Créer un déclencheur ×

 Tag ajouté
Se produit lorsque le tag a été ajouté au col ▼

Acheteur **** ▼

Créer une action ×

 Envoyer un email
Envoyer un email au contact ▼

Sélectionner ▼

Vous n'avez pas trouvé l'email que vous cherchez ?

[Créer un nouveau](#)

étape 3

Pour créer ta campagne d'emails et convaincre les prospects d'acheter tu vas dans **Emails** puis **Campagnes** et tu cliques sur le + pour créer et nommer ta campagne.

Emails

Newsletters
Campagnes

Créer un(e) campagne ✕

Nom *

Nom

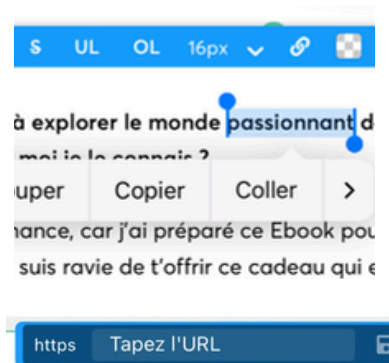
La description

La description

étape 4

Pour créer un **lien cliquable** dans tes emails, comme celui-ci, sélectionne le texte, clique sur le symbole de lien en haut à droite et **colle l'URL** de la page que tu souhaites liée à cet email.

→ Pour l'obtenir il te suffit de cliquer sur ce lien pour le télécharger 📄



étape 5

Pour finir entre ton email personnalisé dans **Adresse de l'expéditeur** et paramètre le moment auquel tu souhaites que tes emails arrivent.

Adresse email de l'expéditeur *

ornella1bg@digitalpassionbuilding.com

Paramètres

Cet email sera envoyé après *

Choisissez l'email après lequel vou... ▼

Délai entre cet email et le précédent *

1

Minutes ▼



Heure à laquelle l'email doit être envoyé



Jours de la semaine où cet email doit être envoyé

WORK FLOWS

Nous avons déjà vu juste avant comment configurer ton Workflows, ces emails que tu peux programmer quand ton client a acheté afin qu'il reçoivent automatiquement et sans intervention de ta part, un email de confirmation avec le lien du modèle CANVA du produit. Tu peux aussi lui envoyer une page de tunnel annexe contenant le PDF de ton produit digital, à télécharger avec un bouton cliquable.

FREEBIE

La première chose que tu voudras mettre en place avant de configurer ton flux d'e-mails est un e-mail de confirmation contenant le lien de téléchargement de ton lead magnet. Un fois que ton prospect a entré son email dans ton opt-in page en échange d'un cadeau, ce dernier va recevoir automatiquement un email de confirmation avec le lien du produit gratuit.

J'ai DEUX modèles d'e-mails de confirmation gratuits que tu peux copier + coller (et personnaliser). UN pour ton Freebie et UN pour ton produit digital payant.

FLUX EMAILS

Ce flux est destiné aux personnes qui optent pour ton cadeau et qui n'ont pas encore acheté.

Il n'y a pas qu'une seule bonne façon d'écrire ton flux, mais idéalement, tes premiers e-mails offrent :

- Valeur
- Une présentation de vous-même
- Ton histoire et la promotion de ton produit.

Il est conseillé d'envoyer le premier mail le jour J puis d'espacer tes emails de 48h chacun, et d'en avoir au moins une dizaine.

WORK FLOWS SUITE

REMARQUE : Plus tard, tu voudras peut-être avoir un deuxième flux d'e-mails, spécifiquement pour les personnes qui achètent tes produits digitaux. Et principalement si tu proposes également d'autres produits que tu souhaites vendre en tant que produits additionnels !

IMPORTANT:

Assure-toi de tester ton offre gratuite et payante avant de commencer à créer du contenu pour attirer les clients cibles. Pour ce faire, inscris-toi à ton offre gratuite et achète ton offre payante pour voir si ton système fonctionne.

TEMPLATE EMAILS

Sujet : Tu l'as fait ! Voici ton cadeau !

FREEBIE

Bonjour [Nom du client],

Woohoo! Tu as fait le bon choix ! Je suis très enthousiaste à l'idée de partager avec toi plus d'informations sur (ton offre), ainsi que sur la façon dont tu peux (solution au problème de ta cible) !

Voici ton cadeau : [LIEN VERS LE PRODUIT]. Demain, tu vas recevoir un autre e-mail de ma part avec plus d'informations sur mon [Nom du produit payant-]. Si tu ne le vois pas dans les 24 heures, assure-toi de vérifier l'onglet Promotions ou ton dossier spam et de déplacer ce message dans ta boîte de réception principale pour ne manquer aucune mise à jour !

Et n'oublie pas, tu peux toujours m'envoyer un DM sur IG [inclure un lien hypertexte] à tout moment avec toutes les questions que tu as !

[Ton nom]

Sujet : WHOOHOO ! Voici ton [Nom du produit] !

**PRODUIT
PAYANT**

Bonjour [Nom du client],

Merci d'avoir acheté [Nom du produit] ! J'ai tellement hâte que tu t'y mettes. J'ai hâte de voir ce que tu feras et comment ta vie changera avec ça ! Voici ton lien de téléchargement :

[LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT]

Envoie-moi un DM sur IG [inclure un lien hypertexte] lorsque tu auras franchi cette étape ! J'adorerais me connecter et célébrer ça avec toi !

[Ton nom]

TEMPLATE EMAILS

Sujet : Laisse-moi me présenter

EMAIL # 1

Hello (Prénom)

Après des mois de travail, (nom du produit) est ENFIN LÀ ❤️
Le seul type de format complet pour apprendre à (solution) sans
(problématique)

Honnêtement ce format est bien plus qu'un simple format
En effet, ici le but n'est pas de (préciser ce à quoi ton produit ne
sert pas)

Cette formation à pour but de (but de ton produit) ce, même en
ayant (frein de ton audience)

**PROFITE DU PRIX VIP ET ACCÈDE À (NOM PRODUIT) POUR
SEULEMENT x€ AU LIEU DE xx€ (insérer le lien paiement)**

INSÉRER IMAGE DE TON PRODUIT (mock up)
ICI BOUTON VERS TON OFFRE

Tout a été mis en place pour que tu aies un maximum de
résultats ! D'ailleurs tu trouveras dans ce (format du produit) un
(BONUS) conçu par mes soins.

C'est LITTÉRALEMENT la méthode que j'utilise lorsque je ___
(problématique)

Bref, je ne t'en dis pas plus et te laisse découvrir ça par toi-
même.

JE REJOINS (NOM DU PRODUIT) MAINTENANT 📄 (insérer lien)

Cette offre est exclusive pour toi car tu t'es inscrit(e) à ma liste
d'attente MAIS d'ici 3 jours, l'offre passera à xx€ .

Si tu as des questions, n'hésite pas

TEMPLATE EMAILS

EMAIL # 2

Objet : Pourquoi les autres arrivent sauf toi ?

Hello (Prénom)

Lorsqu'on veut (problème de ta cible)
On a tendance à (erreur).

(Développer l'erreur)

Et au final voici ce qu'on a :

- ✘ - (Conséquence numéro 1)
- ✘ - (Conséquence numéro 2)
- ✘ - (Conséquence numéro 3)
- ✘ - (Conséquence numéro 4)

Si j'ai créé (nom du produit), c'est justement pour éviter que tu perdes du temps à réussir à ___ (solution)

Tout ce que j'ai appris en ___(x années) d'entrepreneuriat, je l'ai mis dans ___ (nom du produit)

Si les autres y arrivent et toi non, c'est pas à cause d'un manque de compétence ou un manque de chance.

C'est juste que tu n'as pas les bonnes méthodes

D'ici quelques moi tu pourras :

- (bénéfice numéro 1)
- (bénéfice numéro 2)
- (bénéfice numéro 3)

Si tu as des questions, n'hésite pas à m'écrire par email.

Ton prénom PS : ne rate pas cette occasion, tu le regretteras

TEMPLATE EMAILS

EMAIL # 3

Objet : Les pires trucs à faire si tu veux ___ (objectif)

Ça fait des années que je (décrire ce que tu fais) et j'ai remarqué depuis le temps, les choses qui empêchent de ___ (objectif cible)

Et pour cause moi aussi je suis passé(e) par là (ou un client)

Décrire la situation puis citer les erreurs

Erreur 1 : Dire l'erreur Développer pourquoi c'est une erreur

Erreur 2 : Dire l'erreur Développer

Erreur 3 : Dire l'erreur

Développer

Je vais être honnête avec toi, si tu continues à faire ces erreurs tu iras droit dans le mur et tu n'arriveras jamais à ___ (objectif cible) ou alors tu mettras beaucoup de temps

Pour t'éviter de perdre du temps comme moi (ou client), j'ai créer (nom du produit)

Le seul (format) qui te permettra de (citer bénéfices)

En plus il est à très petit prix, seulement xx euros

Par contre dès (date fin prix lancement), le prix sera de xx euros, donc ne tarde pas

Si tu as des questions, n'hésite pas à m'écrire par email.

Ton prénom PS : ne rate pas cette occasion, tu le regretteras

TEMPLATE EMAILS

EMAIL # 4

Objet : En vérité, tant pis pour toi ... (Prénom)

Aujourd'hui si tu lis ces quelques lignes, c'est sûrement parce que :

- problématique 1
- problématique 2
- problématique 3

Et que tu veux :

- bénéfice 1
- bénéfice 2
- bénéfice 3

Deux choix s'offrent à toi, soit tu peux continuer à galérer et à essayer de faire tout toi même ou alors tu décides de prendre les choses en main et d'ici quelques mois/jours tu auras (bénéfices)

En attendant, il y a déjà xx personnes qui ont passé le cap dont voici les résultats/ témoignages :

(Montrer photos ou témoignages)

Ce soir le prix passera de xx à xx euros

Cette offre ne sera plus jamais disponible à ce prix là,

C'est toi qui décide d'écrire le reste de l'histoire

Si tu as des questions n'hésite pas,

Ton nom, prénom



8

COMMUNAUTÉ FACELESS

Lorsque tu lances une page faceless, la création de ta communauté doit être ton objectif principal. Sans communauté, tu n'as pas de marque ! Certains diront qu'il est difficile de construire une communauté sans montrer son visage. Mais construire une communauté tout en gardant l'anonymat est en fait plus facile que tu ne le penses (à condition d'appliquer les bonnes stratégies bien sûr !).

Code Liberté.

CONSTANCE

Pour rester constant(e), il faut se présenter au moins une fois par jour. Au début, je recommande de poster 1 à 3 fois par jour pour alerter l'algorithme que tu es un utilisateur actif et que tu es sérieux. En publiant régulièrement, tu fais également savoir à ton public que tu es présent(e) et fiable. Cela renforce la confiance.

Ma règle générale est de 1 à 2 reels et d'environ 8 stories par jour. Tu peux également intégrer des carrousels Instagram et des publications statiques tout au long de la semaine.

Si tu as du mal à garder le contrôle, respire et prends du recul. Je sais que c'est difficile au début, mais c'est crucial pour la croissance et le développement de la confiance de ta marque.

PERSONAL BRANDING

Je sais que nous avons déjà discuté de l'image de marque plus tôt, mais dans ce chapitre « Communauté faceless », je veux souligner le pouvoir d'avoir une identité de marque forte avec une marque sans visage.

Un branding cohérent est un facteur clé que tu ne dois certainement pas manquer. Tout d'abord, Instagram est une plateforme esthétique (alors que TikTok est une plateforme qui se concentre fortement sur le sujet de la vidéo plutôt que sur l'esthétique). En termes simples, les gens vont sur Instagram pour rechercher et regarder du contenu visuellement esthétique.

Je veux vraiment insister sur l'importance d'avoir un feed cohérent dans l'ensemble de ton business (cela inclut ton flux Instagram, ton Systeme iO et tes emails !).

Je vois tellement de pages avec toutes sortes de couleurs qui s'entrechoquent. Leur store est orange, et leurs e-mails en bleu ! Non seulement ce n'est pas professionnel, mais cela devient immédiatement une marque mémorable. Une marque méconnaissable, et donc moins attrayante pour l'acheteur.

La cohérence de ton image de marque est ce qui peut faire une première bonne ou mauvaise impression, il est donc important de s'assurer que tout s'harmonise bien.

TON HISTOIRE

C'est probablement la partie la plus importante de ton image de marque (crois-le ou non), car n'importe qui peut copier l'esthétique de ton image de marque, mais **PERSONNE** ne peut copier TON histoire. **Le story-telling** est l'un des outils marketing les plus puissants sur les réseaux sociaux, car il permet à ton public de se connecter à ta marque sur le plan émotionnel. Et si tu ne le savais pas, des études ont montré que 70 % du temps, les gens prennent leur décision d'achat en fonction de l'émotion qu'ils ressentent.

La narration aide ton public à développer une confiance avec toi beaucoup plus rapidement, car il se rend compte que tu es un véritable être humain qui a fait face à des luttes et des défis, des triomphes et des expériences, tout comme eux.

La narration aide également le client de tes rêves à te trouver. Lorsque tu fais défiler sur Instagram et que tu vois un Reel qui t'arrête dans ton élan, parce qu'il raconte une histoire qui te parle, que fais-tu ? Tu continues de regarder et à lire, et si cela résonne en toi, tu aimeras probablement l'enregistrer, le partageras et peut-être même suivras ce créateur !

Si tu souhaites partager ton histoire dans tes Reels, tes légendes, tes stories Instagram et tes emails...

Voici quelques exemples de ton histoire à mettre en avant : pourquoi tu as démarré cette entreprise, ton histoire qui a mené à cette opportunité et comment elle a changé ta vie.

DONNE ET TU RECEVRAS

Permetts-moi d'abord de dire que **donner = vendre**. Cependant, lorsque tu construis activement une communauté au tout début (en tant que débutant complet), ton objectif principal doit être de servir ton public de manière désintéressée en donnant de la valeur au quotidien.

La meilleure façon de servir ton public est de lui fournir de la valeur.

La vérité, c'est que tout le monde est égoïste. Les gens ne se soucient pas de savoir à quel point ta journée se déroule de manière incroyable (ou mauvaise), ou quelles sont tes plateformes commerciales préférées.

Ils ne se soucient que de ce que TU peux faire pour EUX. Une fois que tu as changé ce processus de pensée dans ton esprit, tout change.

Tu dois donner à ton public une RAISON d'appuyer sur ce bouton de suivi, et la façon dont tu le fais est de lui fournir de la VALEUR.

Alors, à quoi ressemble la création de valeur dans ton contenu ?

- Mets-toi à leur place et réponds aux questions brûlantes qu'ils se posent dans ta niche
- Faire des recherches sur leurs problèmes de niche et les éduquer avec une solution
- Créer une prise de conscience des problèmes à travers ton contenu et leur montrer que TU as la réponse
- Partager tes plus grands trucs et astuces qui leur sont bénéfiques.

BEHIND THE SCENE

Crée du contenu centré sur des aperçus authentiques de ton vrai toi sans révéler ton visage. Par exemple, un coup d'œil à ton bureau à domicile, un repas que tu as cuisiné, un article sur une histoire « faits sur moi », tout ce qui s'est passé d'excitant dans ta journée. Ceux-ci résonnent avec les adeptes plus que la perfection mise en scène. N'oublie pas que tu es une personne réelle derrière ton contenu sans visage - et les gens ont besoin de le voir !

CONNEXION

Il faut absolument que tu envoies des messages privés à tes nouveaux abonnés, répondes aux DM et répondes aux commentaires avec le même ton que celui d'un ami dans la vie réelle. Pose des questions réfléchies pour susciter un partage réciproque. Les commentaires favorisent des liens plus rapides que les emails de masse. Et si tu le peux, privilégies les messages vocaux c'est tellement plus sympathique. Les messages audio sont personnels et cela aide ton client à voir qu'il y a vraiment une autre personne de l'autre côté.

LANGAGE

L'un des aspects les plus marquants de la construction d'une communauté est le langage que nous utilisons dans nos formulations ! L'utilisation de mots qui inspirent ou encouragent notre public cible peut faire toute la différence ! Cela favorise le renforcement de la communauté !

A glowing number 9 is the central focus, set against a dark, moody background. In the background, a vase with dried flowers sits on a table next to an open book. The scene is lit with soft, ambient light, creating a sense of quiet anticipation.

9

PASSER À L'ACTION

OUI ! Tu as atteint la phase de lancement, ce qui signifie qu'il est temps de se lancer ! Une fois que tu as confirmé que tes produits, ton Systeme iO, tes flux d'e-mails (facultatif) fonctionnent et sont configurés correctement, tu voudras lancer officiellement ton produit et commencer à le promouvoir sur les réseaux sociaux.

Code Liberté.

PRÉPARE TON LANCEMENT

Voici quelques choses amusantes que tu peux faire pour stimuler les ventes avec ton lancement :

Fais un court PRÉ-LANCEMENT où tu commences à laisser entendre sur ton Instagram que quelque chose de nouveau et de génial arrive. Crée un compte à rebours. Invite les gens à t'envoyer un DM pour ce cadeau (lead magnet) s'il est déjà prêt. Suscite l'engouement !

Offre une promotion de lancement ou un « prix de lancement » spécial. Tu peux l'offrir à un prix exceptionnel à ton public pendant environ une semaine et en faire la promotion à la fois sur IG et dans tes emails. N'oublie pas de relire ces emails après la fin de la promo de lancement pour retirer les sections où tu le mentionnes !

Crée de l'engouement dans tes Stories et tes publications ! Prends des captures d'écran des nouvelles ventes ou donne des mises à jour sur ce qui se passe tout au long du lancement (et bien sûr, tu peux CONTINUER à le faire même APRÈS la fin du lancement !)

N'oublie pas de promouvoir ton cadeau ! Même si les gens ne sont pas prêts à acheter maintenant, tu peux toujours les inscrire à ta liste de diffusion en leur offrant ton cadeau et les entretenir jusqu'à ce qu'ils soient prêts à acheter au fil du temps.





LE MOT DE LA FIN

Je suis tellement fière de toi d'être arrivé(e) jusqu'ici ! Beaucoup de gens parlent de ce qu'ils font, mais ils ne joignent pas le geste à la parole ! As-tu une idée de ce que tu viens de faire ? Tu viens d'affirmer que ton temps vaut plus qu'un 9h-17h sans issue. Ta famille vaut plus qu'un week-end de 2 jours. Ta vie vaut la peine d'être VÉCUE ! FÉLICITATIONS!

Je veux que tu te souviennes encore d'une chose. Le succès vient à ceux qui restent cohérents, persévèrent dans les moments difficiles, apprennent et grandissent de leurs erreurs, et gardent un état d'esprit positif !

PS. TON ÉTAT D'ESPRIT EST LE PLUS IMPORTANT !

Ko,

A tropical beach scene featuring a paved walkway lined with palm trees on the right and lounge chairs on the left, leading towards the ocean. The sky is clear and blue. The text is overlaid in the center of the image.

Code Liberté.

À TOI DE JOUER MAINTENANT

MERCI POUR TA LECTURE

Ce livre fait partie de l'écosystème Code Liberté.

En l'achetant, tu n'as pas seulement investi dans un ebook : tu as contribué à un mouvement qui aide chaque jour des créateurs, coachs et entrepreneurs à reprendre le contrôle de leur vision et de leurs revenus.

Garde ce guide précieusement, applique-le pas à pas.

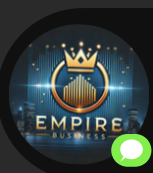
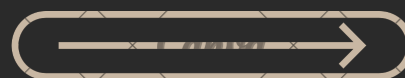
Et surtout, rappelle-toi :

chaque action que tu mets en place aujourd'hui rapproche ta liberté de demain.

À toi de jouer maintenant.

L'équipe Code Liberté

Découvre l'univers qui a inspiré ce guide... et comment toi aussi, tu peux en faire partie dès maintenant.



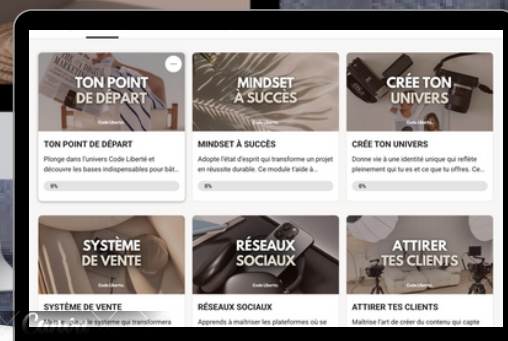
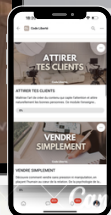
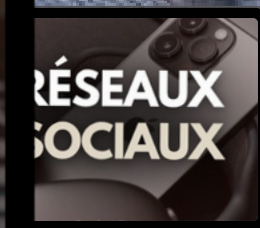
EEMPIREBUSINESSE

[Découvre mon univers ICI](#)

Code Liberté.

EMPIRE BUSINESSE

Team Code Liberté.



CODE LIBERTÉ, C'EST PLUS QU'UNE FORMATION :

Un écosystème complet pour apprendre à vendre, créer ou revendre des produits digitaux, développer une présence en ligne et générer tes propres revenus.

Tu accèdes à des compétences concrètes en marketing digital, à une communauté engagée et à une licence qui te permet de revendre tes produits en gardant 100 % de tes bénéfices.

Ici, tu ne suis pas seulement des modules : tu construis ton indépendance, étape par étape, avec des outils simples et accessibles à tous.



[@empirebusinessse](https://www.instagram.com/empirebusinessse)