

LE GUIDE

7 étapes pour créer ton lead magnet et convertir tes followers Insta en clientes — sans t'épuiser

La méthode simple pour transformer ton audience Instagram en conversations, en emails... et en ventes.

Méthode Origyn

YAËLE FADLOUN

01

Pourquoi tu as besoin d'un lead magnet

Ton audience Instagram ne t'appartient pas. Tes abonnées non plus. Un compte suspendu, un algorithme qui change, et tout disparaît.

Un lead magnet, c'est une ressource gratuite que tu offres en échange d'une conversation ou d'un email. C'est le pont entre « **elle te suit** » et « **elle travaille avec toi** ».

Personne n'achète un accompagnement à 2 000€ ou 4 000€ après avoir vu trois Reels. Il manque une étape : la confiance. Le lead magnet crée cette étape.

Ce qu'un bon lead magnet fait pour toi

Il prouve ton expertise

Ta future cliente vit une transformation, même petite, avant d'avoir payé quoi que ce soit. Elle ne te croit plus sur parole : elle a ressenti.

Il ouvre la conversation

Quand elle commente ton mot-clé, elle lève la main. Tu ne cours plus après des inconnues : tu parles à des femmes qui ont déjà dit oui une première fois.

Il construit ta liste email

Chaque ressource téléchargée = un email capté. Un actif qui t'appartient, indépendant d'Instagram et de ses humeurs.

Il qualifie tes prospects

Celle qui télécharge ton guide sur les blocages à la vente a ce problème. Tu sais déjà de quoi lui parler.

*Vendre sans lead magnet, c'est demander en mariage au premier rendez-vous.
Techniquement possible. Rarement efficace.*

02

Les 4 règles d'un lead magnet qui convertit

La plupart des lead magnets échouent pour une seule raison : ils veulent trop en dire. Le tien doit être petit, précis, et puissant.

1

Un seul problème, précis

Pas « le bien-être » ou « la confiance en soi ». Un problème que ta cliente sait qu'elle a, avec ses mots à elle. Exemple : « Tu bloques au moment d'annoncer ton prix en appel découverte. »

2

Un résultat rapide

Consommable en 10-15 minutes maximum, avec un premier résultat concret à la fin. Une prise de conscience, un exercice fait, un déclic. Pas un ebook de 40 pages qu'elle ne lira jamais.

3

Aligné avec ton offre

Ton lead magnet est le premier pas logique vers ton accompagnement. Si tu vends de la transformation profonde, ta ressource ouvre la porte de cette transformation – elle ne parle pas d'autre chose.

4

Simple à consommer

Vidéo courte, PDF de 5-8 pages, audio guidé, checklist. Le format que ta cliente peut ouvrir sur son téléphone entre deux séances.

Les formats qui fonctionnent le mieux

- ◆ **Vidéo + PDF** — le combo gagnant : la vidéo crée le lien (elle te voit, t'entend), le PDF donne le concret à garder.
- ◆ **Audio guidé** — méditation, exercice énergétique, visualisation. Parfait pour les praticiennes.
- ◆ **Checklist ou auto-diagnostic** — rapide, actionnable, très partagé.

Les erreurs à éviter

- ◆ **Trop généraliste** — si ça parle à tout le monde, ça ne parle à personne.
- ◆ **Trop long** — plus c'est dense, moins c'est consommé. Et une ressource non consommée ne convertit pas.
- ◆ **Déconnecté de ton offre** — un guide nutrition quand tu vends de la libération émotionnelle, ça attire les mauvaises personnes.
- ◆ **Un titre flou** — le titre doit nommer le problème ou promettre le résultat. Rien d'autre.

03

Crée ton lead magnet, étape par étape

La théorie, c'est fait. Maintenant on construit. Suis les étapes dans l'ordre – chacune s'appuie sur la précédente.

Étape 1 – Trouve LE problème

Ne l'invente pas. Il est déjà quelque part, formulé par tes clientes elles-mêmes. Va le chercher à trois endroits :

- ◆ **Tes DM** – la question qui revient encore et encore. Si trois personnes te l'ont posée, cent se la posent.
- ◆ **Tes appels découverte** – ce qu'elles disent juste avant le « mais ». « J'adorerais me lancer, mais... » Ce qui suit le mais, c'est ton lead magnet.
- ◆ **Tes clientes actuelles** – ce qui les bloquait AVANT de travailler avec toi. Demande-leur, avec leurs mots exacts.

Le test de précision

Si tu ne peux pas formuler le problème en une phrase que ta cliente dirait elle-même à voix haute, ce n'est pas encore assez précis. « Elle manque de confiance » → non. « J'ose pas annoncer mes prix, je bafouille et je finis par brader » → oui.

Étape 2 – Écris ton titre (ton hook)

Le titre fait 80% du travail. Personne ne télécharge une ressource au titre flou. Quatre formules qui marchent, avec des exemples pour ton univers :

- 1 Comment [résultat] sans [obstacle]**
« Comment attirer des clientes sans danser sur des Reels » · « Comment remplir ton agenda sans baisser tes prix »
- 2 Les [nombre] [erreurs / blocages] qui [problème]**
« Les 5 blocages invisibles qui t'empêchent de vendre tes accompagnements » · « Les 3 erreurs qui vident tes appels découverte »
- 3 [Temps] pour [résultat]**
« 15 minutes pour identifier ce qui bloque vraiment tes ventes » · « 10 minutes pour retrouver l'envie de te montrer »
- 4 Le guide / le script pour [transformation]**
« Le script pour annoncer ton prix sans t'excuser » · « Le guide pour transformer tes abonnées en clientes »

Le test du titre

Ta cliente idéale le lit et se dit « c'est exactement moi ». Si elle se dit « c'est intéressant », recommence. Intéressant ne télécharge pas. Concerné télécharge.

Étape 3 — Structure ta vidéo (5 à 10 minutes max)

- 1 **Le hook — 30 secondes**
Nomme le problème avec ses mots, promets le résultat. « Si toi aussi tu bafouilles au moment d'annoncer ton prix, dans les 10 prochaines minutes tu vas comprendre pourquoi — et comment ça se débloque. »
- 2 **Ta légitimité — 30 secondes**
Une phrase, pas ton CV. « J'accompagne des praticiennes depuis 14 ans, et ce blocage, je le vois chez 9 femmes sur 10. »
- 3 **Le contenu — 3 à 6 minutes**
Trois points maximum. Un exemple concret par point. Si tu veux en dire plus : coupe. La clarté convertit, l'exhaustivité endort.
- 4 **La transition — 30 secondes**
Renvoie vers le PDF : « Tout ce que je viens de te montrer est détaillé dans le guide, avec l'exercice à faire dès aujourd'hui. »

Étape 4 — Structure ton PDF (5 à 8 pages)

- ◆ **Couverture** — ton titre + la promesse en une phrase.
- ◆ **Le pourquoi** (1 page) — pourquoi ce problème existe, pourquoi ce n'est pas sa faute.
- ◆ **La méthode** (2-4 pages) — tes étapes, numérotées, avec un exemple par étape.
- ◆ **L'exercice** (1 page) — une action concrète à faire maintenant. C'est lui qui crée le premier résultat.
- ◆ **La page finale** — récap en 3 points. Le CTA, lui, vit sur ta page de remerciement et dans tes emails.

Étape 5 — Les outils (simples et gratuits)

- ◆ **PDF** — Canva, avec un template épuré à tes couleurs. Pas besoin de graphiste.
- ◆ **Vidéo** — ton téléphone, lumière naturelle face à une fenêtre, sous-titres via CapCut. L'authenticité passe avant la production.
- ◆ **Hébergement vidéo** — YouTube en mode « non répertorié », ou intégrée directement sur ta page de remerciement.
- ◆ **Page de capture + emails** — Systeme.io ou MailerLite, gratuits pour démarrer.

3 exemples complets pour t'inspirer

Énergéticienne

« Les 5 blocages énergétiques qui sabotent tes ventes » — vidéo de 8 min + auto-diagnostic PDF pour identifier SON blocage dominant.

Thérapeute holistique

« 15 minutes pour libérer ta peur d'être visible » — audio guidé + fiche d'intégration à remplir après l'écoute.

Coach

« Le script pour annoncer ton prix sans t'excuser » — PDF avec le script mot à mot + vidéo où tu le joues en situation réelle.

04

La stratégie DM : du commentaire à la conversation

C'est ici que ton lead magnet devient une machine à conversations. Le mécanisme tient en une phrase : « Commente [MOT-CLÉ] et je t'envoie la ressource en DM. »

Le mécanisme, étape par étape

- 1 Tu publies un contenu sur LE problème**
Un Reel, un carrousel ou un post qui nomme le problème exact que ton lead magnet résout.
- 2 Ton CTA : un mot-clé unique**
« Commente GUIDE et je t'envoie la vidéo + le PDF en message privé. » Un mot simple, mémorisable, toujours le même pour cette ressource.
- 3 L'automatisation envoie le lien de ta page de capture**
ManyChat détecte le mot-clé et envoie automatiquement en DM le lien de ta page de capture : elle entre son email, elle reçoit la ressource. Toi, tu ne fais rien. Ça tourne pendant que tu es en séance.
- 4 Tu reprends la main, en humaine**
Quelques heures plus tard, tu envoies un vrai message, écrit par toi. Une question ouverte. C'est là que tout se joue : l'automatisation livre, mais c'est toi qui crées le lien.
- 5 La conversation mène à l'appel**
Si elle répond, si son problème correspond à ce que tu résous, tu proposes un appel. Pas avant. Pas de pitch dans le premier message.

Exemple de séquence DM

MESSAGE AUTO (IMMÉDIAT)

Hello 💜 Voici le lien pour recevoir ta vidéo + le guide : [lien page de capture]. Tout arrive dans ta boîte mail ✨

TOI, EN VRAI (QUELQUES HEURES APRÈS)

Curieuse : qu'est-ce qui t'a donné envie de télécharger le guide ? Tu en es où avec ça ?

ELLE

Honnêtement je bloque sur la partie visibilité, j'ose pas me montrer...

TOI

Je vois exactement de quoi tu parles, c'est un des blocages les plus fréquents chez les praticiennes. Tu veux qu'on en parle de vive voix ? Je t'offre 30 minutes.

Bonus algorithme : chaque commentaire booste la portée de ton post. Plus de commentaires = plus de visibilité. Le cercle est vertueux.

05

La stratégie email : ton actif hors Instagram

Instagram peut te suspendre demain matin, sans préavis, sans raison. Ta liste email, elle, t'appartient. Pour toujours.

Pourquoi l'email change tout

- ◆ **Zéro algorithme** — ton email arrive dans sa boîte. Pas de portée à 10%, pas de shadowban.
- ◆ **Un canal intime** — l'email se lit seule, au calme. C'est là que les décisions d'achat se prennent.
- ◆ **Un actif durable** — ta liste te suit même si tu changes de plateforme, de nom, d'offre.

Comment capter l'email avec ton lead magnet

Au lieu d'envoyer le lien direct de la ressource en DM, tu envoies le lien d'une **page de capture** : une page simple où elle entre son prénom et son email pour recevoir la vidéo + le PDF. Des outils comme Systeme.io ou MailerLite font ça gratuitement.

Le DM crée la conversation aujourd'hui. L'email construit la relation pour les mois qui viennent. Tu as besoin des deux.

Ta séquence de bienvenue (4 emails)

- 1 Jour 0 — La livraison**
Elle reçoit la ressource immédiatement. Un email court, chaleureux, qui donne envie de consommer tout de suite.
- 2 Jour 2 — Ton histoire**
Pourquoi tu fais ce que tu fais. Ta transformation à toi. C'est cet email qui crée le lien émotionnel.
- 3 Jour 4 — La valeur**
Un contenu qui va plus loin que le lead magnet : un angle qu'elle n'a jamais entendu, une prise de conscience.
- 4 Jour 7 — L'invitation**
Tu proposes l'étape suivante : un appel, ta VSL, ton offre. Clairement, sans détour. Elle sait qui tu es maintenant.

Ensuite : **un email par semaine minimum**. Une liste qu'on ne nourrit pas est une liste qui meurt.

06

Ton plan d'action en 7 étapes

Tu n'as pas besoin de plus d'informations. Tu as besoin de passer à l'action. Coche au fur et à mesure.

- ☐ **1. Choisis LE problème** — un seul, précis, formulé avec les mots de ta cliente.
- ☐ **2. Choisis ton format** — vidéo + PDF, audio guidé ou checklist. Le plus simple pour toi, le plus rapide pour elle.
- ☐ **3. Crée ta ressource** — vise 10-15 minutes de consommation. Un déclic, pas une encyclopédie.
- ☐ **4. Crée ta page de capture** — prénom + email contre la ressource. Un titre qui nomme le résultat.
- ☐ **5. Connecte l'automatisation DM** — mot-clé → DM auto → lien vers la page de capture.
- ☐ **6. Publie ton contenu avec le CTA** — « Commente [MOT-CLÉ] et je t'envoie la ressource. »
- ☐ **7. Engage la conversation** — reprends la main en humaine dans les DM. C'est là que naissent les ventes.

Un lead magnet, ce n'est pas un cadeau. C'est le début d'une relation. Traite-le comme tel.