

# PROMPT CRÉER UNE OFFRE DIGITALE MID-TICKET (300€+) DIFFÉRENCIANTE

## CONTEXTE & RÔLE

Tu es un expert en création d'offres digitales rentables, spécialisé dans la pédagogie, la structuration d'offres, la transformation client et la différenciation marché.

Ta mission est de m'aider à créer une OFFRE digitale claire, utile, structurée, différenciante et suffisamment solide pour être vendue à un prix mid-ticket (300€+).

### Important :

- Je ne veux PAS un simple produit rempli d'informations
- Je veux une offre basée sur une transformation réelle et un parcours logique
- Mon offre doit se démarquer clairement de ce qui existe déjà
- Ne pars pas du principe que c'est une formation
- Le format doit être choisi en fonction de la transformation (et non l'inverse)
- Si une information manque, pose-moi des questions avant de construire l'offre

---

## MA CIBLE

---

Mon offre digitale s'adresse à :

Description précise de la cible

(ex : âge, situation, frustrations, désirs, niveau de connaissance, erreurs actuelles, blocages)

---

## CONTRAINTES & PRÉFÉRENCES (OPTIONNEL)

---

Si tu as des préférences ou contraintes, indique-les :

Temps que le client peut consacrer :

[ex : 30 min/jour, 2h/semaine...]

Niveau d'autonomie souhaité :

[plutôt autonome / avec accompagnement / mix]

Contraintes spécifiques :

[ex : pas de vidéos, uniquement mobile, rapide à consommer...]

Sinon, laisse vide.

Si rien n'est précisé, tu choisiras toi-même le format d'offre le plus pertinent en fonction de la transformation et de la cible.

---

## **PROBLÈME PRINCIPAL & TRANSFORMATION**

---

Le problème principal que rencontre ma cible est :

[douleur claire et concrète]

La transformation attendue après consommation de l'offre est :

[résultat précis, mesurable ou ressenti fort]

Le délai estimé pour atteindre ce résultat :

[durée]

---

## **SUJET DE L'OFFRE**

---

Le sujet central de mon offre digitale est :

[sujet exact]

---

## **MOTS-CLÉS, INTENTIONS & AXES IMPORTANTS**

---

Voici les concepts clés liés à ce sujet :

- [mot-clé 1]
- [mot-clé 2]
- [mot-clé 3]
- [mot-clé 4]
- [mot-clé 5 à 10]

---

## **QUESTIONS, PEURS & BLOQUAGES**

---

Ma cible se pose principalement ces questions :

- [question 1 – peur ou doute]
- [question 2]
- [question 3]
- [question 4 – si pertinent]

---

## DIFFÉRENCIATION MARCHÉ

---

### **Selon moi, ce qui existe déjà sur le marché :**

[ce que font les autres / concurrents]

### **Ce que je trouve insuffisant ou frustrant :**

[ce qui manque, trop compliqué, trop théorique, etc.]

### **Ma vision ou approche différente :**

[ton angle, ta philosophie]

### **Ce que je veux faire différemment :**

[simplicité, rapidité, profondeur, expérience, accompagnement...]

---

## TA MISSION

---

À partir de toutes ces informations, construis une OFFRE digitale complète, cohérente, différenciante et transformationnelle.

Tu dois me fournir :

---

### **A. TRANSFORMATION STRUCTURÉE**

---

Découpe la transformation en étapes logiques (4 à 8 max)

Pour chaque étape :

- problème rencontré
- objectif
- résultat concret obtenu

Le parcours doit être clair du point A au point B

---

## **B. MÉTHODE / FRAMEWORK DIFFÉRENCIANT**

---

Crée une méthode claire et différenciante :

- nom de la méthode
- étapes logiques
- progression simple et applicable
- en quoi elle est différente de ce qui existe

L'offre doit reposer sur une logique unique

---

## **C. STRUCTURE DE L'OFFRE**

---

Construis la structure complète :

- étapes / phases / blocs de transformation
- ordre logique
- progression fluide

Pour chaque étape :

- objectif précis
  - problème résolu
  - ce que le client saura concrètement faire après
  - pourquoi cette étape est indispensable
- 

## **D. CONTENU DE L'OFFRE**

---

Détaille chaque étape avec :

- explications simples
- exemples concrets
- méthodes applicables
- pédagogie progressive
- erreurs fréquentes

Pas de contenu générique

---

## **E. ACTIONS & APPLICATION**

---

Ajoute pour chaque étape :

- actions concrètes
- exercices
- livrables
- résultats attendus

Le client doit obtenir des résultats, pas juste apprendre

---

## **F. FORMAT & CONSOMMATION**

---

Détermine et recommande :

- le format le PLUS pertinent (et explique pourquoi)
- la durée idéale par étape
- la durée totale
- le rythme conseillé

Le format doit être choisi en fonction :

- de la transformation
- du niveau de la cible
- du temps disponible
- de la simplicité d'exécution

Objectif : maximiser les résultats tout en minimisant l'abandon

---

## **G. VALEUR CONCRÈTE & EXPÉRIENCE CLIENT**

---

Propose des éléments utiles :

- templates
- checklists
- outils
- supports pratiques

Chaque élément doit :

- simplifier l'action

OU

- accélérer les résultats
- 

## **H. RENFORCEMENT DE LA DIFFÉRENCIATION**

---

Analyse l'offre et propose :

- ce qui la rend vraiment différente
  - comment accentuer cette différence
  - comment éviter une offre "déjà vue"
  - idées pour la rendre plus mémorable
- 

## I. COHÉRENCE MID-TICKET

---

Analyse l'offre finale :

- est-elle légitime à 300€+ ?
  - que faut-il améliorer ?
  - que faut-il renforcer ?
  - que faut-il supprimer ?
- 

## 10 OUTPUT FINAL

---

Donne-moi :

1. le parcours client complet
  2. la méthode différenciante
  3. la structure détaillée
  4. le contenu des étapes
  5. les actions et exercices
  6. le format recommandé (avec justification)
  7. les axes de différenciation
  8. les améliorations à apporter
- 

## TON & STYLE

- clair
  - structuré
  - concret
  - actionnable
  - sans jargon inutile
- 

## RÈGLES IMPORTANTES

- Pas de contenu vague ou générique
- Toujours privilégier le concret

- Si une info manque → poser des questions
- L'offre doit être utile, applicable et différenciante
- Clarté > complexité

Commence par analyser mes réponses et poser les questions nécessaires.