

GUIDE BOOK

L'ART DE PARLER DE TES MASSAGES

Edition réseaux sociaux



Adn Massage

Parce que je pense que le massage est un métier passion gréffé dans ton adn.

Parce que je suis persuadée que masser est un don qui nous permet d'aider d'autres personnes.

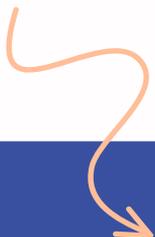
Parce que j'ai l'intime conviction que le praticien ou la praticienne ne doit plus rester dans l'ombre.

La communication, au travers de ton savoir être et ton savoir faire professionnel est la première clé de ton succès.

Apprendre à utiliser les outils modernes de communication, créer un écosystème de communication efficace, voilà ce qui va te permettre de poser des actions te permettant de trouver tes clients.

Aujourd'hui, tu n'es plus seul.e pour y arriver !
Je te souhaite le meilleur grâce à ce programme !

Laetitia Bricout
Créatrice du centre de formation
ADN MASSAGE



30 ans d'expérience massage bien-être

10 ans d'auto-entreprise

Coach et formatrice

Organisme de formation certifié Qualiopi

Qualiopi
processus certifié 
 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification Qualiopi a été obtenue au titre de la catégorie d'action suivante:
Actions de formation



Créer ton contenu engageant !

Créer un compte professionnel sur un réseau social est une norme attendue de la communication moderne.

Si au commencement, le réseau social était un moyen de rester en contact avec ses connaissances, les entreprises ont vite compris qu'elles disposaient d'un nouveau moyen pour communiquer sur leurs produits et, à terme, les vendre au monde entier.

Le temps c'est de l'argent.

Grâce à ton réseau social, tu vas pouvoir présenter tes messages à une audience ciblée.

Le réseau social est une publicité gratuite.

Du moins, il va falloir la payer avec ton temps.

Tu l'as déjà constaté, publier régulièrement, quelque soit ton humeur, tes événements personnels ou professionnels, c'est un vrai challenge !

Mais ce n'est pas impossible.

Tu vas découvrir dans cet ebook une méthode facile et fiable pour ne jamais être à court d'idées pour poster.

Mais ce n'est pas tout.

Poster c'est bien, mais vendre grâce à tes posts, c'est mieux !

Ce que tu vas apprendre :

- Établir une audience qualifiée
- Créer du contenu à valeur ajoutée
- S'organiser pour être efficace
- Créer des appels à l'action

Il ne faut ni être graphiste, ni technicienne en informatique pour réussir; tu dois seulement être toi-même !



Se fixer des objectifs atteignables

Cet ebook de formation a pour objectif de t'apprendre à créer une communication destinée aux réseaux sociaux.

Nous allons ensemble créer un "matériel" de communication qui te sera propre.

Nous savons que, pour 2 prestations similaires, c'est la façon d'en parler ou de la montrer qui déterminera le client à te choisir.

Aujourd'hui tu vas pouvoir donner à tes prestations la voix qu'elles méritent.

Quel est le bon objectif ?

Pour une activité de massage, tu dois prendre en compte un facteur important:

- ta clientèle est locale et se situe dans une zone de chalandise d'environ 30km.
- Les codes de communication pour développer ton activité ne repose pas sur une communication type influenceur.
- Inutile d'être connue à l'autre bout du pays pour acquérir une audience.

Ton objectif est de faire venir des personnes sur ton réseau social puis de les convertir en client.

Comprendre les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont gérés par des algorithmes qui sélectionnent les meilleurs contenus pour les mettre en avant. Pour cela, ils se basent sur le temps de lecture des lecteurs, sur les mentions j'aime et sur les commentaires.

Les messages que tu vas poster ne seront vus que par un petit nombre de tes abonnés.

La durée de vie d'un post est de 21 heures.

Pourquoi publier alors ? Parce que 80,50% de la population française utilise les réseaux sociaux.

Un vivier de clients est à ta porte !



La méthode adn massage

Publier des posts ne veut pas dire publier dans tous les sens.

Utiliser les réseaux sociaux pour une entreprise a un but STRATEGIQUE. Tu dois être à l'aise avec cette notion.

Tu ne peux pas penser, d'un côté, que gérer tes réseaux prend trop de temps et de l'autre, perdre celui-ci dans des posts stériles.

3 vérités d'entreprises:

1. L'activité massage est un business comme les autres qui répond aux mêmes lois que les autres.
2. Etre cheffe d'entreprise nécessite de se former et d'évoluer sur ses points faibles en matière de gestion, de marketing, de savoir faire...
3. La communication est le seul moyen de faire connaître tes prestations à ceux qui en ont besoin.

3 actions principales pour développer tes réseaux sociaux

1. Reconnaître et accepter ce qui fait ta différence en temps que masseuse bien-être.
2. Répondre aux besoins de ta clientèle de coeur.
3. T'organiser pour passer le moins de temps possible à la création de posts.

Les réseaux sociaux ne sont qu'une branche de ton écosystème de communication.

En massage, le contact humain reste le meilleur vecteur de conversion client.

C'est avec cet idée en tête que va se construire ta nouvelle communication.



Savoir d'où l'on vient pour savoir où l'on va.

Comme point de départ, je te propose de remplir aujourd'hui le tableau ci-dessous.

Nom du réseau	Nombre d'abonnés
Facebook	
Instagram	
Nombre de messages le mois dernier	

Je te conseille de mesurer ta pratique avec des chiffres concrets: cela te motivera. A toi de choisir le temps d'application des exercices mais ne dépasse pas 3 mois !

Nom du réseau	Nombre d'abonnés J+ _ _
Facebook	
Instagram	
Nombre de messages / Mois J+ _ _	





Sommaire

Présentation de l'ebook	P 3
Chapitre 1: Déterminer ton axe de communication	P 8
Chapitre 2: Elaborer ton matériel de contenu	P 16
Chapitre 3: Préparer ta stratégie de contenu	P 29
Chapitre 4: Construire ton planning de publications	P 35
Conclusion et contact:	P 39



CHAPITRE 1: DETERMINER TON AXE DE COMMUNICATION

Dans cette section, tu vas apprendre à poser les fondations solides de ta communication.

Cette étape cruciale va t'aider à créer un contenu de première qualité, à la hauteur de ton expertise dans le domaine du massage bien-être.



Envisage la communication comme une conversation entre 2 personnes.

D'un côté, il y a toi, avec tes connaissances pratiques et théoriques, tes valeurs, ta vision du massage et de l'autre ta cliente de coeur, qui adhère à ta vision, te fait confiance et te recommande à ses amis.

Exercice 1 : Parlons de toi !

Sur la page suivante répond le plus sincèrement aux questions. Une seule règle: pas de filtres. Le mental n'a pas sa place. L'objectif de l'exercice n°1 est de mettre en mots ce que tu n'exprime pas d'habitude: le pourquoi de ton choix du massage.

Exercice 2 : Découvrons ta clientèle de coeur.

Qui est cette personne avec qui tu as envie de partager un instant massage ?
As-tu pris le temps d'y réfléchir ?
Quelques soient tes croyances à ce sujet, je vais te demander de jouer le jeu et de remplir la feuille de l'exercice n°2.

Il est normal de passer plusieurs jours à répondre à ces exercices. C'est même bienvenu.

Relis-toi et fait des modifications, si besoin, mais reste authentique.

C'est la clé de ta future communication.

Pour les exercices suivants, munis-toi d'un cahier et d'un stylo.

EXERCICE n°1

Cet exercice n'est destiné qu'à toi. Il est important d'utiliser ton vocabulaire, tes expressions habituelles. Garde bien tes réponses pour le futur !

a-Depuis combien d'années pratiques-tu ?

b-Comment as-tu découvert le massage bien-être ?

c-Peux-tu parler de ton parcours pro ou perso qui t'a amené à pratiquer aujourd'hui ?

d-Quelles sont tes qualités professionnelles ?

e-Quelles sont tes valeurs professionnelles ?

**f-Que souhaites-tu apporter à ta clientèle ?
Quelles émotions ?
Quels ressentis ?
Quels résultats**



A présent que tu as travaillé ces idées, écris

un petit texte cohérent pour résumer

l'ensemble de tes réponses.

EXERCICE n°2

Mais qui est cette personne idéale que tu aimerais avoir comme cliente tous les jours pendant ces prochaines années ?

a-Détermine son genre et sa tranche d'âge

b-Où habite-t'elle ? (quartier, ville ?)

c- Connais-tu ces intérêts, ces loisirs ?

d-Est-ce une personne en activité professionnelle ? Retraitée ? Peu importe ?

e-A quelle fréquence voudrais-tu qu'elle vienne te voir ?

f-Pourquoi veut-elle être massée ? Quels résultats attend-elle?



A présent que tu as travaillé ces idées,

décris cette personne en résumant

l'ensemble des points.

N'hésite pas à baptiser ta cliente idéale d'un

petit surnom.



Connais-toi toi même.

Grâce à ces 2 exercices, tu as pris conscience de ta singularité dans l'univers des praticiens en massage bien-être.

Tu es unique.

Tu as tes propres mots pour parler de tes massages. Nous verrons comment utiliser cela dans la partie suivante. Mais tu as aussi ta propre histoire qui t'a menée vers le massage. C'est ce qui fait de toi une praticienne unique. L'intention que tu mets dans la satisfaction de tes clients, c'est ta vibration. Elle t'es propre et tant que tu es alignée avec elle, tu sauras comment communiquer de manière authentique.

"Tout le monde" n'est pas ta clientèle.

Si tu as remplis "sincèrement" l'exercice n°2, tu as remarqué que tes clients avaient certainement des points communs concernant leurs massages. Si la croyance du débutant fait que l'on a peur de passer à côté de clients en choisissant sa clientèle de coeur, l'expérience nous apprend que vouloir parler à tout le monde équivaut à ne parler à personne!

Valider ta vision

En réunissant les résultats des 2 précédents exercices, tu as une idée précise de ta vision d'entreprise.

Te voilà prête à préciser les choses suivantes dans l'exercice n°3:

- Je fais quoi
- A qui
- Comment

EXERCICE n°3

Dans cette exercice , tu vas résumer ta vision d'entreprise en une phrase courte de 2 lignes maximum.

Attention: tu dois prendre en compte tes techniques de massage dans la globalité même s'ils ont différentes actions. Tes massages sont des outils, pas une composante de ta vision.

Voici quelques exemples de visions d'entreprises connues:

- IKEA : « Apporter la meilleure expérience d'utilisateur à ses clients au travers du hardware, software et des services »,
- LinkedIn : « Créer des opportunités pour les professionnels du monde entier »,
- Amazon : « Être l'entreprise la plus axée sur le client au monde ».
- Adn Massage : Aider les praticiennes en massage bien-être à développer une activité durable et rentable grâce à la communication

Je fais quoi : (je masse dans quel but ? détendre, apporter du bonheur, aider...

A qui : (ta clientèle de coeur)

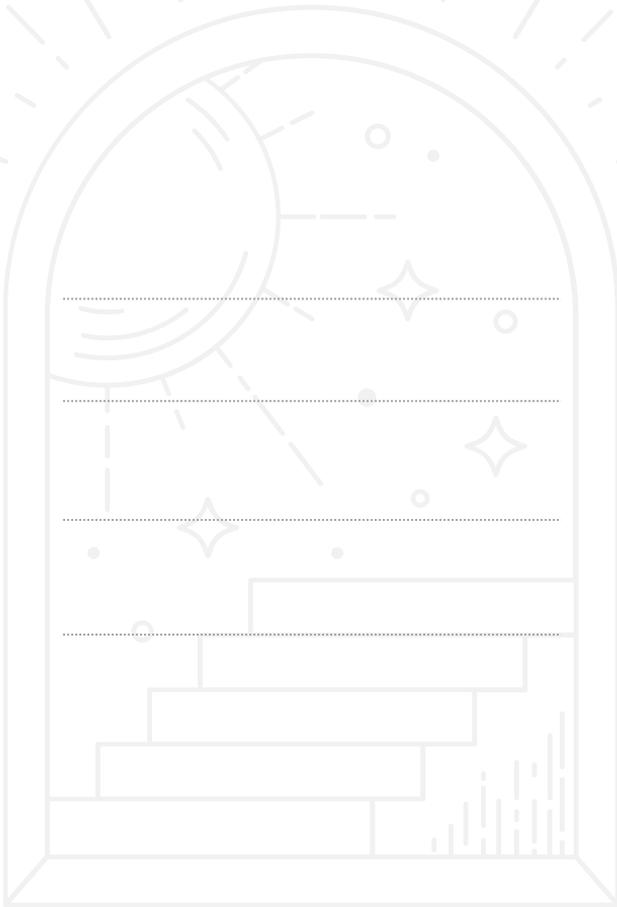
Comment ? (c'est le but de ton massage, pas le massage en lui même)

Voici quelques exemples de visions d'anciennes clientes adn massage:

- J'aide les personnes ayant perdu de la mobilité à gagner en autonomie grâce à des techniques de massages et d'étirements adaptées.
- J'aide les femmes débordées par leur quotidien à retrouver de la sérénité grâce à un massage englobant et cocooning.
- J'aide les personnes submergées par leur charge mentale à se ressourcer et à reconnecter le corps et l'esprit.

Leurs mots, leur vision...écris la tienne dans le cercle suivant, imprime -la et affiche-la pour rester focus sur ton alignement!

Focus sur



ma vision



Tu as maintenant ton axe de communication !

Tu as terminé cette première étape avec brio !

Il va être plus facile pour toi de communiquer

Maintenant que tu as mis en mot ta vision d'entreprise, tu vas enfin pouvoir communiquer avec efficacité et authenticité. Ton message va être aligné avec qui tu es.

Finis les banalités et les effets de mode, tu vas te rendre visible auprès de prospects qualifiés qui voudront prendre rendez-vous avec toi grâce à ce que tu proposes: des prestations ciblées, faites pour eux.

Et maintenant ?

Il est temps de rassembler les éléments concrets qui vont te permettre de communiquer tes idées sur les réseaux.

Ce que tu vas apprendre dans le chapitre suivant, c'est à ne plus manquer ni d'idées ni de temps pour communiquer sur ton activité.

DEFI n°1

Publie une story dans laquelle tu parles de ta vision. Tu n'es pas obligée de te montrer mais on doit au moins voir ta cabine et entendre ta voix ! N'oublie pas de tagguer @adnmessage pour valider ce défi !



ET MAINTENANT ?

J'espère que ce premier chapitre a éveillé en toi l'étincelle de la communication.

Tu veux connaître la suite ?

Il te reste maintenant à passer à l'action en posant des intentions concrètes.

Pour cela, une méthode pas à pas t'attend dans la suite de cet e-book.

Pour acheter " L'art de parler de tes massages" édition réseaux sociaux , clique sur le lien suivant ou rends-toi sur le site adn massage.

Amicalement,

Laetitia

Acheter



Acheter l'ebook : <https://www.adnmassage.fr/guiders>