

E-BOOK

Caroon Klave



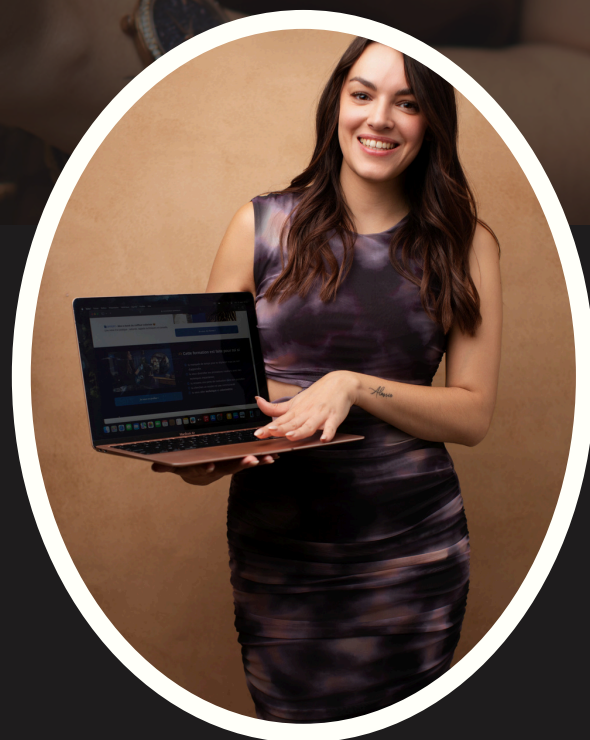
VENDRE AVEC TES STORIES :
“LE GUIDE DES COIFFEURS À SUCCÈS”

POURQUOI

pourquoi je l'ai créé ?

J'ai créé cet E-Book pour t'aider à utiliser toute la puissance des stories ! Car aujourd'hui c'est l'outil le plus efficace pour vendre tes services et tes produits !

De 1 : c'est totalement gratuit !
de 2 : ça ne demande vraiment pas beaucoup d'effort il faut juste comprendre les rouages pour pouvoir y mettre en place concrètement



Il y a maintenant 7 ans que je suis sur les réseaux sociaux , j'ai essayé de nombreuses techniques pour vendre , différents canaux , j'ai payé des fois pour arriver à mes fins. Et aujourd'hui je peux te révéler ce qui est le plus efficace , je te l'ai fait sous forme de e-Book pour que tu puisses y revenir à chaque fois que tu en as besoin



Change ta vision

Et ta

VIE

Changera

”

SOMMAIRE

Chapter 01

*COMMENT CONSTRUIRE
UNE SÉRIE DE STORY QUI
VEND ?*

Chapter 02

*LE DÉTAIL DE L'IMPORTANCE
DE CHACUNE*

Chapter 03

*LES 3 FACTEURS CLÉ POUR
QUE ÇA FONCTIONNE*

Chapter 04

LES STORY QUI NE MARCHE PLUS ✗

Chapitre 05

CRÉER DU LIEN , + VENDEUR TU MEURS

Chapitre 06

LES INDICATEURS DE REUSSITE DE STORY

Chapitre 07

*MES EXEMPLES DE STORY QUI
VENDENT*



01 CHAPITRE 1

**COMMENT CONSTRUIRE UNE
SÉRIE DE STORY QUI VEND ?**

Qu'est-ce qu'une série de story ? C'est un enchaînement de story avec un but PRÉCIS. Chaque type de story a un but et vous devez comprendre ce que vous postez et dans quel ordre pour vous permettre de convertir et d'arriver jusqu'à l'achat

Ça se décline en 5 types de story, je t'explique ➡

Comprendre pour mettre en pratique

Je sais que pour le moment
tu fais des story dans ton
train train quotidien sans
réfléchir mais ça va changer
et tu vas voir que ça va avoir
un impact



Les 5 types de story

LES SOUCIS

La story qui va soulever la problématique de ta cliente

ce sont des story très impactantes

01



SECOUER

Une fois la problématique soulever il va falloir l'agiter, c'est à dire en parler pour faire prendre conscience à ton audience que c'est urgent à régler

02



LIEN

Tu vas connecter émotionnellement avec ton audience pour créer un lien fort et une relation de confiance

03



PROFESSIONNEL

C'EST CE QU'ON APPELLE DES STORIES D'AUTORITÉ OÙ TU VAS MONTRER QUE TU SAIS DE QUOI TU PARLES ET QUE TU ES COMPÉTENTE POUR TRAITER CE SUJET

04



CONVERSION

la conversion est l'étape finale où tu vas engager ton appel à l'action, c'est le moment où ta cible ne pourra plus douter de ce que tu vends

05



Je te conseille d'imprimer et de garder cette présentation car tu vas devoir t'en servir régulièrement avec des combinaisons différentes pour que ça marche et que ça percute ! **Pourquoi** ? Car si tu fais des story avec des appels à l'action tous les jours ou bien encore des story d'autorité sans cesse toujours avec le même modèle , ça va donner l'impression que tu veux absolument vendre (et **spoiler alerte** : c'est le cas !) sauf qu'on va le faire beaucoup plus subtilement que ça ! Le but est de vendre sans vendre , et ça marche pareil que ce soit pour de la prestation de **service** que des **produits** et ça tombe bien parce que nous , les coiffeurs , on fait les deux !

L'art de vendre

Dans la prochaine page nous allons voir les différentes combinaisons possible avant de passer à des exemples types



Exemple de combinaison

Lundi :

SOUCIS - SECOUER - PROFESSIONNEL

Mardi

SOUCIS - LIEN - CONVERSION

vendredi

SOUCIS - PROFESSIONNEL

Samedi

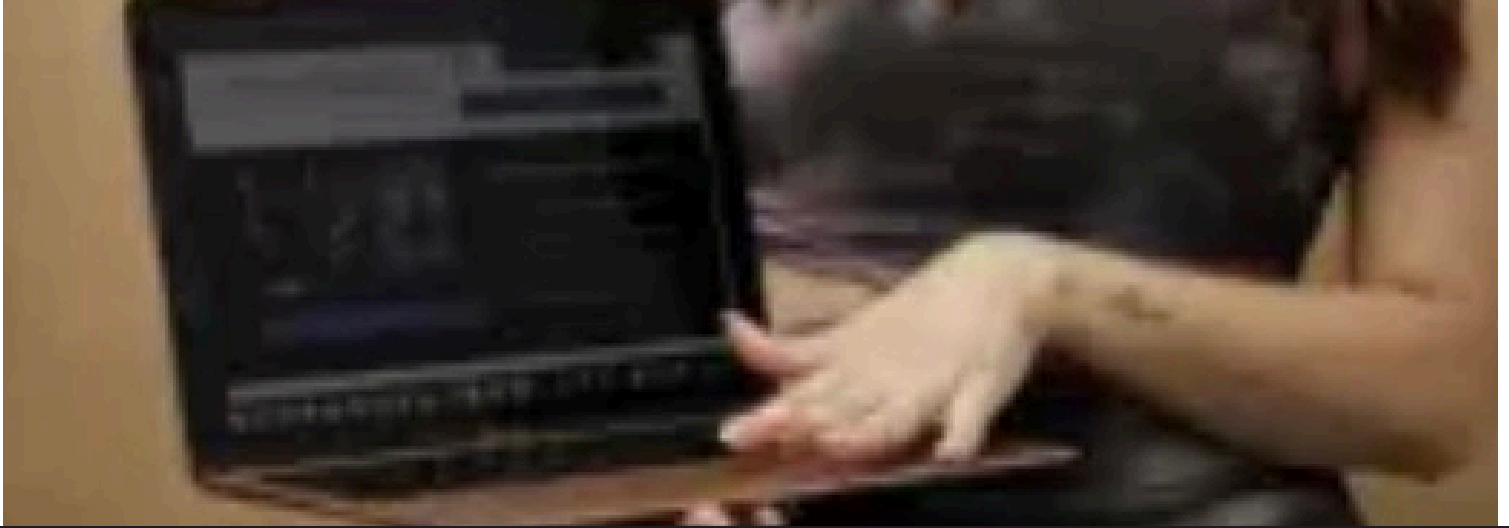
LIEN

Dimanche

Soucis - Professionnel - Secouer - Conversion

02
CHAPITRE 2

LE DÉTAIL DE L'IMPORTANCE
DE CHACUNE



JE VAIS TE PRÉSENTER PLUS EN DÉTAIL CHAQUE TYPE DE STORY POUR QUE TU PUISSE MIEUX TE PROJETER DANS CE QUE TU POURRAIS FAIRE EXACTEMENT AVEC

1 SOUCIS

À la place de problème je dirais même : **DOULEUR** ! Parler de la douleur , de la problématique d'une cliente est un **déclencheur** puissant , le plus **puissant** même ! Beaucoup plus que de parler des caractéristiques techniques de votre prestation ou bien même encore des composants de votre produits , il faut leur procurer une **émotion**, une sensation de déjà vue (je **connais** ! C'est MA problématique)

2 SECOUER

Dans cette seconde partie nous allons venir **creuser** la problématique de ta cible , qu'est-ce qu'on fait concrètement ? On peut par exemple détailler les **émotions** qu'elle ressent ou ce que la problématique **engendre** dans son quotidien. On peut aussi **recontextualiser** la situation dans laquelle elle se trouve pour lui montrer qu'on la comprend parfaitement (même mieux si tu le vie aussi personnellement n'hésite pas à le dire !) . L'idée est de faire **replonger** ton audience dans sa problématique

3 LIEN

Ce sont les stories qui vont t'aider à connecter avec ton audience , à créer un lien , et cette partie est la PLUS importante car sans ça tu vas avoir du mal à vendre ! Pour vendre il ne suffit pas d'apporter une solution à un problème (sinon tout le monde le ferait n'est-ce pas ?) il faut aussi permettre à ton audience de se sentir suffisamment en confiance et à l'aise avec toi , dans ses story on va principalement faire du story telling (exemple concret , anecdote , histoire vécu , référence)





4 PROFESSIONNEL

Ce sont des story **importantes** , bien trop souvent négligé . as tu déjà acheté à quelq'un que tu ne trouvais pas bon dans son domaine ? Laisserais tu ta tête à une coiffeuse qui n'a pas l'air sur d'elle ? Apporter de la **valeur** à ce que tu fais est essentiel pour vendre ! Une fois le problème soulevé et agiter tu vas apporter des **solutions** ! Tu peux faire des foires au questions et y répondre avec tout ton **professionnalisme** ou bien faire des story purement **éducative**

5 CONVERSION

Ce sont les story qui ont pour but de **déclencher** des ventes , celles où tu en viens à ton offres (produits ou presta) c'est ce qu'on appel : l'appel à l'action après une sequence (**PAPEC**) . Créer le **désir** ou crée un **besoin** , pour une offre en concluant avec un appel à l'action , tu peux également traiter des **objections** courantes

03

CHAPITRE 3

LES FACTEURS CLÉ POUR
QUE ÇA FONCTIONNE





LES LEVIERS

1. LE STORYTELLING

Utiliser pour captiver ton audience, c'est vraiment l'une des clés puissantes car si tu leur crées une émotion, c'est qu'elle se sent reconnue et qu'elle a eu l'impression d'être comprise ! Donc n'hésite pas à faire ce qu'on appelle du : STORYTELLING en racontant : ton histoire, l'histoire d'une cliente, des anecdotes, des références à des livres, films etc, illustre tes propos avec des exemples connus (histoire d'une personnalité par exemple) ça va permettre d'imager ton contenu et que ta cliente se projette dans sa problématique que tu vas sûrement pouvoir régler !

2. LES ÉMOTIONS

Insister sur comment se sent ton audience lorsque tu agites le problème est primordial ! Ça va lui permettre de ressentir encore plus fort ce que tu PEUX potentiellement lui apporter et lui résoudre ! Insister sur qu'elle sera sa vie capillaire après t'avoir rencontrée, comment ça va la soulager de se trouver belle, d'être détendue, la faire se projeter dans une problématique déjà résolue ! Être dans le concret et le passage à l'action et surtout dans le : PSÉCIFIQUE et PERSONNALISÉ !

3

LES VISUELS

Et oui, la beauté des visuels est un levier incroyable car tu commence à manger en regardant une belle assiette , tu peux limites sentir le goût que sa a tellement ça donne envie , et bien les story c'est pareil . Il faut que ce soit beau , lisible et attractif ! Et même si tu n'a pas le temps de faire de belles story préparées tu peux toujours avoir quelques photos en stock prise joliment de ton salon ou de toi (le mieux c'est d'avoir déjà fait un shooting avec une photographe) pour illustrer tes story ?



CODE PROMO EXCLUSIF

PARTENAIRE GOOW UP

Parce que j'ai des supers amies qui sont aussi entrepreneuse , Eurielle Alves , coiffeuse et entrepreneuse qui a créer ses visuels templates qui t'aide en 2 clic a faire des post et des story trop canon, nous fait l'honneur de faire un code promo rien que pour toi, cliente du E-Book , sans limite dans le temps

CODE PROMO : EBOOKCOCOON10

RENDEZ-VOUS SUR :
[GLOWUPTONBUSINESS.PODIA.COM](https://glowuptonbusiness.podia.com)

04
CHAPITRE 4

LES STORY QUI NE
MARCHENT PLUS X

*N'attends pas que ce soit
parfait pour le faire, lance-toi
et ensuite perfectionne-le.*

”



POURQUOI ?

Pourquoi aujourd'hui nous devons changer de stratégie ? Et qu'est ce qui fait que ça ne marche plus ...

La story : AVANT / APRÈS



Ce genre de story c'est ce que tout le monde fait depuis des années , sauf que les clientes ont tellement pris l'habitude d'y voir de PARTOUT qu'elle ne prête même plus attention. Aujourd'hui elles veulent comprendre , elles veulent s'identifier et ça ne suffit malheureusement plus de juste montrer un avant / après

12:28



3 septembre 2021 07:42



La à Story Rallonge

Tu vois tout ses petits traits dans une story qui te rappelle a qu'elle point ç va être long à regarder à écouter ? Et bien j'en étais la spécialiste ! Des heures et des heures de story que clairement : PERSONNES N'ÉCOUTAIT !

Aujourd'hui les gens n'ont plus le temps dd'écouter aurant de minutes de story , surtout que généralement avant d'en arriver au fin fond du pourquoi ont faisait la story il y avait tout un passage de : ` heuuuu ... ' , ` bonjour à tous j'espere que vous allez bien ´ , ` alors aujourd'hui on va parler de ... ´ tout ça c'est terminé aujourd'hui ce qu'on veut c'est du concret

LA STORY DISPONIBILITÉ

Et plus précisément la story disponibilité SANS LIEN de prise de rendez-vous et SANS autres story , une story disponibilité seule n'a souvent pas beaucoup d'impact ! Pourquoi ? Parce que ce qui déclenche la prise de rendez-vous c'est l'envie , l'achat compulsif , le : oh j'en ai besoin ! Pas juste une dispo seule perdu au milieu de rien , la cliente arrive sur votre story , elle voit la dispo , elle scroll et elle passe à la story de quelqu'un d'autres résultat ? Zéro resa !



Les story COUP de gueule

Alors oui je sais , des fois c'est plus que tentant sauf qu'en faisait ça , sa te nuit ! Je t'explique pourquoi ! Et je te dis ça sans aucun jugement car je l'ai fait et pas qu'une fois ! Sauf que j'ai remarquer plusieurs chose , la première c'est que peut être tu en arrive là parce que tu n'a toi même pas respecter le cadre que tu voulais imposer et tes règles et ça , ça te met en colère , la deuxième c'est que le cadre ce remet en interne avec les clientes concerné et non en public (au final c'est un peut comme une dispute de couple , quand t'es pas concerné mais que tu assistes à ça , sa te met mal à l'aise !) et surtout ça fait peur à ta futur nouvelle clientèle



05
CHAPITRE 5

**CRÉER DU LIEN, + VENDEUR TU
MEURS**

au départ, j'avais pas prévu de te faire un chapitre sur le lien qu'il faut avoir avec ses abonnés pour vendre, mais en discutant avec plusieurs filles de mon abonnement, je me suis rendu compte que c'était indispensable de faire un chapitre là-dessus.

évidemment, quand en te donnant toutes ses astuces, tu vas mieux vendre, mais ceux qui vendent le mieux, c'est ceux qui arrivent à donner confiance, qu'on apprend à connaître. Ça ne veut pas dire raconter toute ta vie., ni dire où tu vas ce que tu fais, c'est simplement accepter de montrer une partie de toi , de montrer finalement un petit bout de ton âme, de ton univers , de ce que tu aimes pour permettre à tes abonnés, et du coup tes potentiels futurs Clients d'avoir envie de venir chez quelqu'un qui leur ressemble.

et c'est aussi comme ça qu'on attire la bonne clientèle (même si ça fait partie de la formation en ligne où je t'apprend comment faire un service cinq étoiles à la campagne) ,





Ne confond pas créer du lien avec influenceuses

Tout de suite , quand on parle de créer du lien, on pense tout de suite qu'il faut raconter toute sa vie, se montrer face cam toute la journée, montrer ses enfants, montrer les restos dans lesquels on mange, et ce qu'on fait en dehors de notre travail.

hors , créer du lien, c'est bien plus que ça ! C'est donner la sensation aux gens qui te suivent, qu'ils te connaissent assez, et qu'ils prennent confiance en toi, et en ce que tu dis en connaissant une partie de toi.



Ce n'est évidemment pas en mettant cinq Story par jour qu'il te connaîtront, rassure-toi. Mais le fait d'apprendre à te connaître, va renforcer leurs envies de venir te rencontrer. Et c'est là toute la force de la communication et du storytelling, c'est qu'à force, les clients vont venir rencontrer une personne bien plus qu'une Coiffeuse. Elles vont avoir envie de venir pour leur moment avec une chouette personne, et en plus de ça d'être bien coiffée.(mais ça ça deviendra très secondaire au final, le résultat, car elles auront la certitude de passer un bon moment avec toi.)



*Soit convaincu, et tu seras
convaincante*

COCOON PLACE

06
CHAPITRE 6

LES INDICATEURS DE RÉUSSITE
D'UNE STORY

10%

Comptes touchés

67

Clics sur les liens

6

10 % c'est la moyenne de ce que tu convertis sur une Story (si c'est une bonne story haha !)

ça veut dire que déjà tu dois t'enlever de la tête que répéter répéter et répéter est un problème, que tu vas saouler les gens, que tu as déjà l'impression qu'ils savent ce que tu vends .

car en moyenne, tu ne convertis que 10 % de ton audience !

et crois-moi, si déjà 10 % de ceux qui te regardent tous les jours en Story, réserve chez toi, ce sera déjà énorme

finalement ce n'est pas le nombre qui compte, mais ton pouvoir de persuasion, et ça passe par des appels à l'action



TON CHIFFRE D'AFFAIRE

Et oui... c'est l'un des plus gros marqueurs de réussite d'une bonne story au final ! Ce que ça t'a réellement rapporté ? Parce que les like ou les commentaire on s'en fiche , tu n'es pas influenceuse ce n'est pas ça qui te fait vivre !



30 derniers jours ▾

17 sept. - 16 oct.

192,746

Vues

84,4%
Followers



15,6%
Non-followers

Comptes touchés

6,355
-11,1%

Par type de contenu

Tout

Followers

Non-followers

Stories



70,0%

Publications



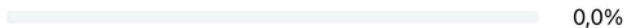
21,5%

Reels



8,5%

Vidéos



0,0%

Followers

Non-followers

LES STATISTIQUES NE MENTENT PAS !

ici je t'ai pris l'exemple sur 1 mois , regarde bien le nombre total de vue (192 000 vues sur le mois) regarde ce qui est le + regardé ? Sans surprise : (roulement de tambour : LES STORY !

Et regarde les vues de mes story ? 2414 , 1897 vues rtc etc et pourtant 192 000 vue en 1 mois ? Ça veut dire quoi , que la petite audience que toi tu trouve petite est enfaite bien plus grande que tu ne le croit !

Tu pense répéter et soûler les gens alors que tout les jours ce ne sont quasiment jamais les mêmes personnes qui voit tes story (à part évidemment les fidèles qui te suivent tout les jours)

mais sinon la plupart des gens vont passer une tête de temps en temps sur ton compte ! .



Activité du profil ⓘ

par rapport à la période 18 août - 16 sept.

1,976

+19,7%

Visites du profil

1,615

+23,3%

Appuis sur des liens externes

361

+5,9%



ONVERTIR

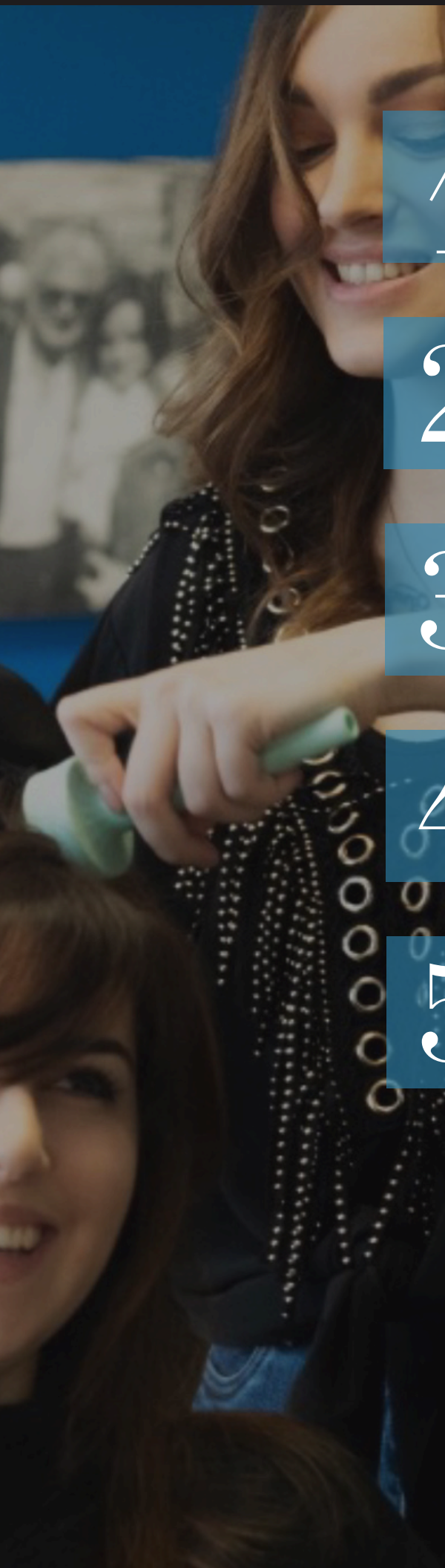
Ici je te montre l'exemple parfait de ce qu'est une bonne conversion , la conversion , s'est suscité de l'intérêt en ton offre (tes prestations , tes produits , ton événements) et déjà le fait que les gens clique sur un lien qui envoient aux informations de cette offre, montre que tu as fait correctement ton job en Story !

tout à l'heure, je te le disais la conversion et d'en moyenne 10 % , ici on avoisine plutôt les 19% (361 clics pour 1900 vues en moyenne)

07 CHAPITRE 7

MES EXEMPLES DE STORY
QUI VENDENT





1

LA STORY SIMPLE

2

LA STORY PROBÉMATIQUE

3

*LA STORY CHANGEMENT
DE LOOK*

4

LA STORY JE PROUVE

5

LA STORY MYTHE

La story **SIMPLE**

3 story



La story simple c'est SIMPLE , une suite de story courte mais impactante : fait un FAQ , répond à une question qu'on te pose souvent , apporte une réponse claire et honnête et redirige les vers ton offre (produit où rendez-vous)

ASTUCES: si à cette FAQ tu n'a pas de question, pose toi des questions à toi même , lorsque tu y répond c'est en anonyme , alors on y va !

La story PROBLÉMATIQUE

5 à 8 story

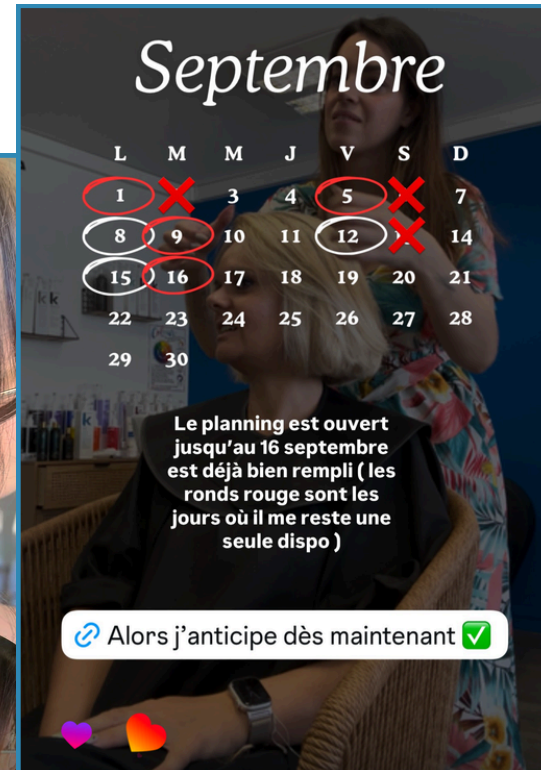
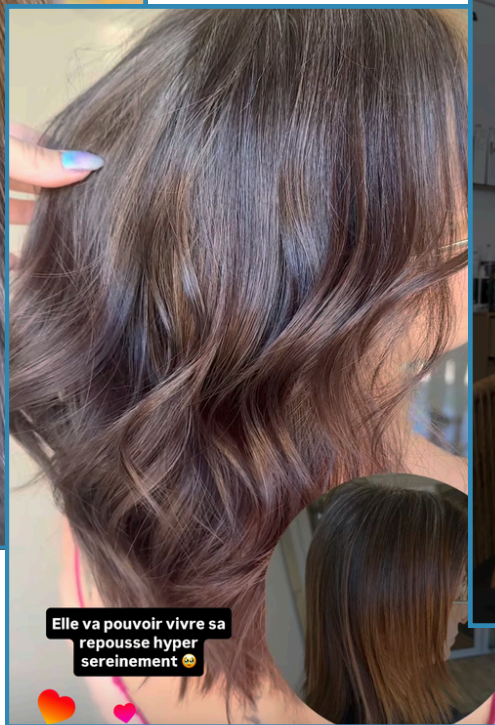
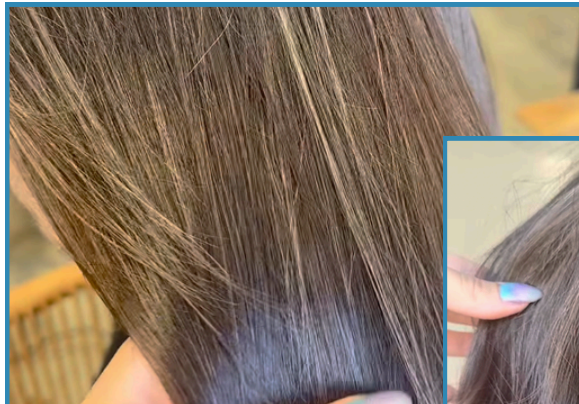


La story problématique c'est celle qui va traiter d'un sujet en particulier et sur laquelle on va appuyer (n'oubliez pas : LA DOULEUR !)

elle va se composer de 5 à 8 story suivant votre inspiration : problème courant de tes clientes (tu peux déjà avoir le sujet ou tu peux les faire participer en faisant un sondage), tu vas traiter ce sujet en montrant que tu comprends cette problématique car ... (tu l'as vécue toi aussi, tu y as déjà été confronté ou que tu t'es formé dessus etc etc), donne une astuce rapide et simple pour donner envie d'en apprendre + puis invite les à aller plus loin lors d'un rendez-vous avec toi

La story Changement de look

4 à 6 story



t à l'intérieur , je
en amour 🥰

Autre problématique : ma
cliente avait réalisé un
rouge de supermarché
SAUF qu'avec ses
cheveux blancs ça ne
match absolument pas
sur la repousse
Objectif ? Fondre un
maximum ses cheveux
blancs pour ne plus
absolument d'entretien

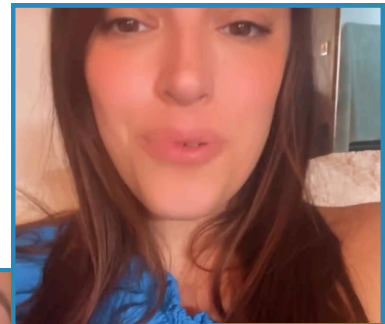
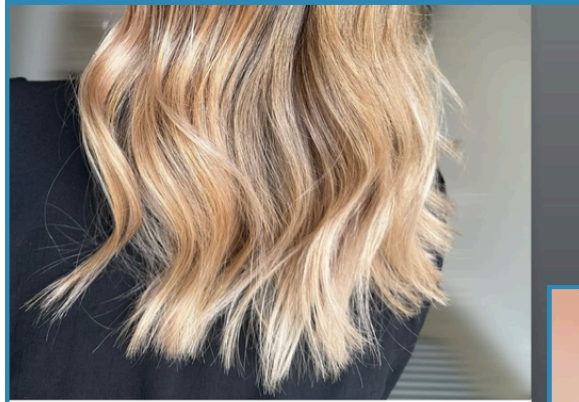
Elle va pouvoir vivre sa
repousse hyper
sereinement 🥰

La Story changement de look vise à montrer ton travail sans partager simplement un avant / après seul ...

partage un avant / après tu vas expliquer ce qui a fait la différence (ton diagnostic, ton expertise , ta patience, pourquoi tu as choisi cette technique etc) pourquoi en gros tu as pu avoir ce résultat , puis tu vas les inviter a cliquer sur le lien de réservation (ou te contacter) pour enfin arriver à avoir leurs hairgoal

La story **JE PROUVE**

5 à 8 story



ne rêve pas , il y a bien une blonde sur

**Balayage 3D réalisé le 3
février (posté le 9) et
va mater le avant parce
que ça vaut le détour**



Février

Aujourd'hui

**ZÉRO PATI
recréation d**



Si tu envie d'avoir ce genre d'évolution

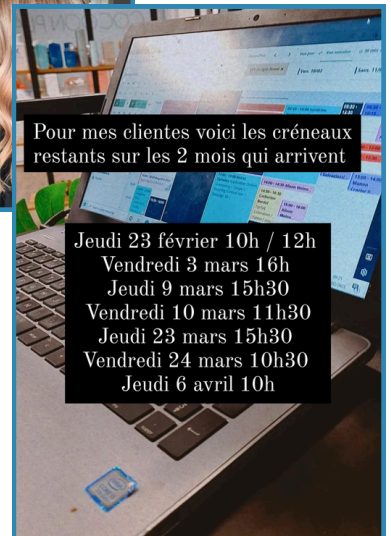
La story : JE PROUVE est là pour appuyer ton expertise soit pas une explication de pourquoi tu as obtenu tel ou tel résultat , soit en te basant sur l'avis d'une cliente, pourquoi elle était si contente (par exemple : après des années d'errances chez différents coiffeur Martine a obtenu le blond de ses rêves parce que si sa sa ...), finir par un appel à l'action ; et toi qu'est ce que tu en pense ? As-tu toujours été déçu aussi chez des coiffeurs ? Etc rtc voir à la réservation

La story MYTHE

5 à 8 story



Réponse moyenne

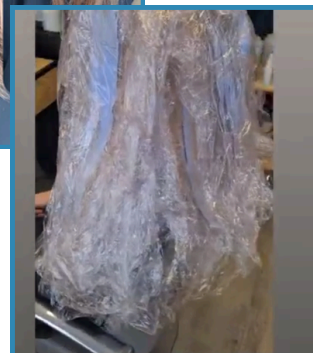


Résultats du sondage ⓘ

Ombre hair blond 🍷 (58 votes)	36%
Couleur rouge ❤️ (13 votes)	8%
Patine caramel 🍯 (91 votes)	56%

GO POUR LES EXPLICATIONS

Avec ma cliente nous avons toujours fait ce rouge là ↓



J'ai donc travaillé un ombré mixé sur certaine zone avec du balayage 3D , en faisant un tri de fourmis 🐜

À chaque séparation j'ai enlever ce qui était déjà blond et décolorés uniquement les zones foncé et de rouge qu'il restait

La story MYTHE va s'appuyer sur déconstruire une idée reçue , elle va te permettre de casser des pensées limitantes (exemple : dans cette suite de story je prenais l'exemple du rouge et comme quoi c'était difficile à enlever vrai et faux , explication etc)

prends une idée reçue , déconstruit la , et appelle les futures clientes à réagir et interagir avec toi sur leurs interrogations , en oubliant pas de placer tes disponibilités

BONUS

MES APPELS À L'ACTION PREF



MES APPELS À L'ACTION PREF

Les appels à l'action c'est la petites phrases a la fin d'une suite de story qui peut faire basculer ta vente ou non , ici je te partage celles qui joue le + sur l'emotio et l'urgence

Reserve l'experience ultime pour tes cheveux

Je m'octroie le moment que je mérite

La prochaine opportunité pour prendre soin de toi

Les derniers instant privilégié avant 2026

La premiere étape de ta nouvelle vie capillaire

Confie moi ce que tu as de plus précieux ,

La premiere étape de ta nouvelle vie capillaire

J'espere que ça te donnera de l'inspiration , plutôt que de mettre : dispo 13h - mardi 3 novembre ou bien encore : annulation



J'AI UN CADEAU POUR TOI

Pour finir , j'ai à cœur de récompenser chaque personne qui croit en moi et qui me fait confiance , chaque achat me touche car tu n'es pas juste un numéro , tu es une âme qui a cru en moi 🙏 pour te remercier voici 10% sur TOUTES mes offres digitale (hors abonnement) j'espere que ça te fera plaisir .

CODE PROMO : COCOONF10

CONCLUSION



MERCI POUR TA CONFIANCE , j'espere que ce support va t'accompagner dans tes prochaines story et que tu vas cartonner ! N'hésite pas à me faire un retour du contenu , ce que tu en a pensé mais également de tes résultats après avoir mis tout ça en application



CONCLUSION