ÉDITION SANS VISAGE AVEC DROITS DE REVENTE

LIVRE

LE MARKETING DIGITAL CLÉ EN MAIN

Comment revendre un produit numérique, sans te prendre la tête !

UN PLAN DÉTAILLÉ ÉTAPE PAR ÉTAPE POUR LANCER TON ENTREPRISE DE PRODUITS NUMÉRIQUES SANS VISAGE

LA BOÎTE À OUT'S BUSINESS D'Emi

LES DROITS DE REVENTE ?

Démarrer une entreprise de produits numériques peut être intimidant, j'ai donc décidé d'aider les gens à surmonter l'un des plus grands obstacles : créer un produit numérique à partir de zéro.

Je voulais offrir aux gens un modèle de produit numérique qui élimine le stress lié à la création d'un produit, tout en offrant une tonne de valeur !

Je voulais leur proposer un produit numérique qui serait toujours rentable et très demandé.

Soyons réalistes, à l'heure où le monde passe au numérique et où le coût de la vie augmente, il n'est pas étonnant que de plus en plus de personnes recherchent des moyens de gagner un revenu supplémentaire en ligne !



Il est révolu le temps où tu as besoin d'un diplôme universitaire ou de compétences particulières pour démarrer une entreprise, et asc les droits de revente, tu n'as CERTAINEMENT besoin de rien qui sorte de l'ordinaire !

Ce Playbook est accompagné de droits de marque privée et de droits de revente principale.
Cela tu permet de modifier CE livre électronique et de le revendre comme le tiens, asc également des droits de revente !

REBRANDING ET REVENTE DE CE PLAYBOOK

Lorsqu'il s'agit d'utiliser des produits numériques asc droits de revente, il existe une étape essentielle qui garantit ton succès :

>> Changer de marque et renommer tes produits.

POURQUOI LE REBRANDING EST-IL IMPORTANT ?

Le rebranding te permets de t’approprier le Playbook.
En modifiant les éléments de la marque, comme le nom, le logo et l'identité visuelle, tu peux créer un produit unique qui se démarque sur le marché. Ce processus aide à établir ton identité distincte, garantissant que tes clients voient ton produit comme quelque chose d'exclusif et différent des autres disponibles.



BÂTIR LA CONFIANCE ET LA CRÉDIBILITÉ :

Lorsque tu changes l'image du Playbook, tu démontres ton engagement à fournir un produit unique et personnalisé à ton public. Cela contribue à renforcer la confiance et la crédibilité, permettant à tes clients de voir le produit comme une partie de ta marque, améliorant ainsi sa valeur perçue.

ÉVITER LES PROBLÈMES DE CONTENU EN DOUBLE :

Renommer le Playbook sert également à éviter tout problème lié aux contenus en double. En personnalisant le contenu, tu t'assures que ton produit est original, en évitant toute confusion ou pénalités potentielles associées à l'utilisation d'un contenu inchangé.

AUTONOMISER TON ENTREPRISE

En fin de compte, le rebranding donne du pouvoir à ton entreprise. Il t'offre la flexibilité de personnaliser le Playbook en fonction des besoins, du style et des préférences de ton public cible, te donnant ainsi un avantage concurrentiel sur le marché.

IMPORTANT! À LIRE S'IL TE PLAÎT:

Si tu souhaites revendre ton e-book asC droits de revente à tes propres clients, tu DOIS respecter les conditions suivantes :

- **Modifier le NOM et la COUVERTURE du livre électronique**

Ceci est recommandé que tu souhaitie ou non revendre ce playbook asc des droits de revente pour garantir la distinction entre les entreprises.

- **Fournir à tes clients ton PROPRE lien de modèle Canva après modification**

Tu NE DOIS PAS leur fournir le mien. Va ICI pour savoir comment obtenir ton propre lien ou découvre comment procéder dans ce Playbook.

*Veuille me contacter sur Instagram si tu as des questions. :)

QU'EST-CE QUE LE MARKETING SANS VISAGE ?



Le marketing sans visage consiste à créer une présence en ligne et à la monétiser sans montrer ton visage. Ta présence en ligne met en valeur ton marque, tes produits et ton contenu sans révéler ton identité physique.

Le marketing sans visage met fortement l'accent sur l'image de marque à trasrs les mots, les visuels et ta personnalité unique.

Dans ce Playbook, nous allons expliquer comment tu peux créer ta propre marque personnelle sans visage sur Instagram et/ou Tiktok, et créer un flux de revenus asc des produits numériques !

Alors prends un café ou un thé, et c’est parti !

POURQUOI RESTER SANS VISAGE ?

Il y a de nombreux avantages à commercialiser ton entreprise sans visage :

- **Plus de confidentialité :** tu n’as pas à te soucier d'être reconnu en public ou de voir ton identité révélée.
- **Moins de pression :** sans que ton visage soit visible, tu n'as pas à te soucier autant d'avoir l'air parfait à tout moment, ton objectif principal est ton contenu.
- **Flexibilité du temps :** tu peux pré-programmer des publications et prendre des congés en cas de besoin sans perturber le flux de ta marque.
- **Liberté de créativité :** tu es capable de créer et de mettre en valeur pleinement tes compétences sans ressentir la pression d'être jugé.
- **Maintient le professionnalisme :** si tu es une professionnelle et que tu ne veux pas être découverte par tes collègues ou partenaires commerciaux, c'est un excellent moyen.



TABLE DES MATIÈRES



1 Ta vision

2 Optimise ton profil

3 Monétise ta page sans visage

4 Objectifs de prix et de revenus

5 Ton cadeau

6 Configure ton magasin Stan Store

7 Automatise ton entreprise

8 Construis ta communauté sans visage

9 Marketing sans visage : stratégies Instagram

10 Il est temps aller!

ÉTAPES RAPIDES POUR COMMENCER TOUT ÇA



1 - CHOISIS TA NICHE + TON PUBLIC

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

2 - ÉTUDE DE MARCHÉ

Faites tes recherches et identifie un problème courant auquel les personnes de ton niche sont confrontées.

3 - CRÉATION DE PRODUITS NUMÉRIQUES

Achete un produit numérique DFY (comme celui-ci) ou crée-en un à partir de éro et personnalise-le. Ce produit numérique devrait être la solution au problème de ton public cible.

4 - COMMERCIALISE TES PRODUITS

C'est ce que tu passere la plupart du temps à faire dans ton entreprise, à raison de quelques heures par jour seulement. Crée du contenu sans visage sur Instagram pour présenter ton produit et attirer ton public idéal.

5 - COMMUNAUTÉ + CONSTRUCTION DE MARQUE

Lorsque tu commercialise tes produits numériques, tu deve également tu concentrer sur la construction de ton marque et de ton communauté sans visage à trasrs ton contenu. tu souhaite créer une communauté de « fans » fidèles.



Chapitre 1

TA VISION



Lorsque tu démarres une entreprise, il est important de clarifier ton objectif en premier lieu. La raison en est que, sans but, tu risques d'abandonner lorsque les choses deviendront difficiles.
La première étape de cet incroyable voyage consiste à clarifier ton POURQUOI, ta niche idéale et ton client/public cible de rêve.
Faites-moi confiance quand je tu dis :
NE sautes PAS cette étape cruciale !

DÉTERMINER TON POURQUOI

Avant de déterminer ce que tu va vendre, il est essentiel de comprendre pourquoi. Cela révélera tes motivations les plus profondes et t'aidera à trasrser les journées « difficiles » :

Demande toi:

- Qu'est-ce qui m'a initialement attiré vers ce commerce en ligne ?
- Quel impact est-ce que je souhaite le plus avoir autour de moi et dans le monde ?
- Comment cette entreprise va-t-elle changer ma vie ?
- Qu'est-ce que moi et mes proches y gagnerons ?

Sois honnête asc toi-même, et creuses profondément.
Les entreprises les plus performantes résolvent de vrais problèmes à partir d'un véritable lieu de passion. La tienne n'est pas différente.

Tes notes

Qu’est-ce qui m’a initialement attiré vers ce commerce en ligne ?

Quel impact est-ce que je souhaite le plus avoir autour de moi et dans le monde ?

Comment cette entreprise va-t-elle changer ma vie ?

Qu’est-ce que moi et mes proches y gagnerons ?

CHOISIR TON CRÉNEAU

Une fois que tu as exploité ta motivation sous-jacente, il est maintenant temps de l’utiliser pour choisir un créneau qui te passionne vraiment.

QU'EST-CE QU'UNE NICHE ?

Une niche 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 la diversité de sources de revenus.

Plus précisément, j'aide les femmes et les mamans à atteindre une plus grande liberté financière en multipliant leurs sources de revenus grâce au marketing digital.

POURQUOI C'EST IMPORTANT?

Lorsque tu disposes d’un créneau clair, tu attires un public spécifique intéressé par les choses dont tu parles et vendes.
Tu crées une audience asc un intérêt élevé, il est donc beaucoup plus facile de monétiser ton contenu.
Cela renforce également la crédibilité parce que tu deviens un expert dans ce domaine spécifique. Les gens commencent à te voir comme quelqu'un de confiance et qui sait de quoi elle parle.

asc autant de créateurs de contenu, avoir une niche peut t’aider à te démarquer de la foule. Cela permet aux gens de se souvenir plus facilement de toi et cela t’aide également à te différencier des autres personnes susceptibles de créer un contenu similaire.

LIMITE-LE À UN DOMAINE DE SPÉCIALITÉ

- Par quoi te sens-tu vraiment excité et curieux au quotidien ?
- Dans quoi considéres-tu que tu es déjà bien informé ? (tu n'as PAS besoin d'être un expert à 100% !)
- Dans quel domaine pourrais-tu créer du contenu sans fin ?

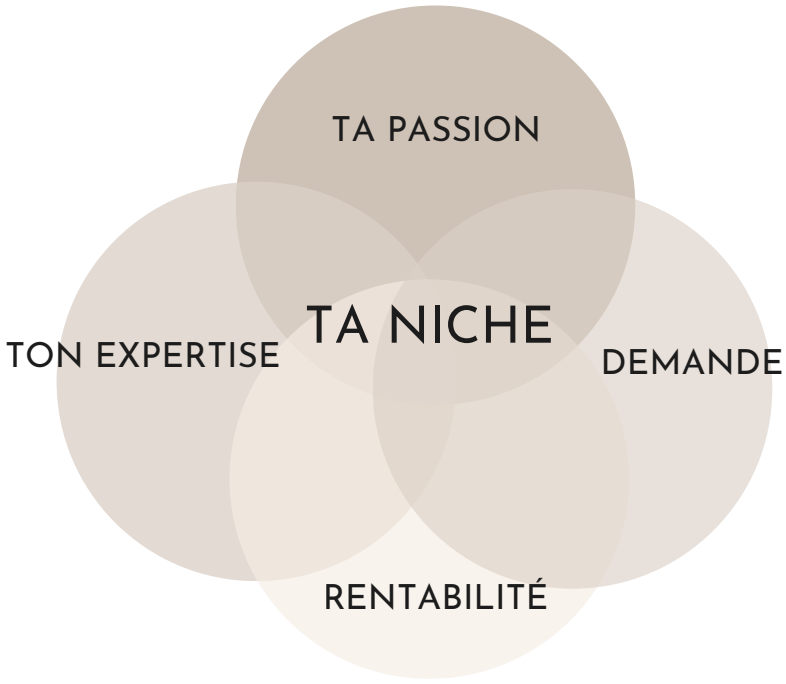
Par exemple, une personne passionnée par l'environnement pourrait choisir un créneau comme la vie éro déchet, les cosmétiques ou la mode éthique. Laisse tes passions préexistantes te guider.

Choisir un créneau est l'une des choses les plus importantes que tu feras pour élaborer une stratégie commerciale et de contenu de produits numériques réussie. Il détermine ton audience, les sujets de contenu et le potentiel de revenus.

LA NICHE PARFAITE

Ton créneau doit se situer à l'intersection des choses qui te passionne, des choses que tu connais, du problème que tu peux résoudre pour les autres et de la demande disponible.

Assure-toi également que ta niche est rentable.



Tes notes

Quelles sont tes pations ?

Quelle est ton expertise ?

Quelles seraient ta clientèle potentielle la plus rentable ?

De quoi a besoin cette clientèle ? Quels sont ses problèmes / enjeux / irritants ?

TROUVER TON CLIENT DE RÊVE

Il est temps de penser à ton client de rêve (public cible). L'objectif même d'un produit numérique est de résoudre un problème au sein d'un créneau particulier et pour un public spécifique.

Il est très important de savoir exactement qui est ton public cible lorsque tu vends des produits numériques.
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, telle que l'âge, le sexe, le lieu, l'éducation et la profession.

Réfléchiss au type de contenu et de produits numériques qui pourraient les intéresser, ainsi qu'à quelles pourraient être leurs valeurs et leurs convictions.

Amuses-toi à créer la personnalité de client idéale !

Donnes-lui un nom, des traits de personnalité et une storie qui reflète ses caractéristiques, intérêts, comportements, besoins et désirs. Cela t'aideras à créer un message à trasrs ton contenu qui s'adresse directement à eux et établir une connexion asc eux.

Comme tu peux probablement déjà le constater, mon public cible est constitué de femmes. Mon image de marque, mon contenu et mon langage ciblent tous les femmes, et les mamans plus précisément. Des mamans qui souhaitent créer leur propre entreprise pour subvenir aux besoins de leur famille et vivre librement, notamment.

Défi

Prends 2-3 minutes, trouve un stylo et du papier et réfléchis. Notes tout ce que tu sais sur ton client idéal.

Voici quelques questions pour tu aider à démarrer :

1 - Sexe ?_____

2 - Âge ?_____

3 - Où ? _____

4 - Travail ?_____

5 - Passe-temps ?_____

6 - Objectifs ?_____
_____

7 - Besoins ? _____
_____

8 - Comment pourrait-il se sentir vu ou entendu ?
_____
_____

Une fois que tu auras déterminé ces principaux attributs client, tu auras identifié ton public cible. Deviens intimement familié asc leur monde, leurs intérêts et leurs valeurs. Cela va te permettre d'adapter à la fois tes produits et ton marketing pour tu connecter asc eux !

En expliquant clairement ton pourquoi, en choisissant un créneau rentable et en comprenant les désirs de ton public, tu as jeté les bases d'un succès commercial sans visage.

CONSTRUIR TA MARQUE

Ok , c'est l'une des parties les plus excitantes de la création de ton entreprise : ton MARQUE !

Construire une marque personnelle te permettra de te démarquer de la foule.

Qu’est-ce qu’une marque personnelle réellement ?
Tu pourrais considérer cela 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.
Ce pour quoi tu es connu, c’est ta marque.
Ton moi authentique et unique est ta marque.
Ton storie est ta marque. Ton ÉNERGIE EST ta MARQUE !

Pour ta marque, tu souhaiterais considérer des éléments tels que :

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

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

- **Les valeurs que tu communiques dans ton contenu et ta prise de décision** (c'est-à-dire l'ambition, la gratitude, la famille, la réussite, la motivation, la liberté, l'asnture, la joie, etc.)

- **Ton « storie de marque »** (c'est-à-dire ton storie personnelle ou des parties de ton parcours qui trouveront un écho auprès de ton public cible)

Commence à collecter des captures d'écran des flux ou du contenu Instagram d'autres personnes qui représentent le mieux ton style personnel et l'apparence que tu souhaite obtenir asc ton entreprise.

Faites 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 généreras du trafic vers ton produit numérique !

CONSEIL RAPIDE :

Pinterest peut être un excellent endroit pour trouver l'inspiration en matière de couleurs ! tu pouve simplement taper « Palette de couleurs Instagram » dans la barre de recherche et parcourir les photos qui apparaissent. Mais n'oublie pas : parfois, moins c'est plus ! tu ne voule pas trop de couleurs.





ÉLÉMENTS DE MARQUE PERSONNELLE

IDENTITÉ VISUELLE

Ton identité visuelle va de ta photo de profil, aux polices et couleurs que tu utilise dans ton contenu. Lorsque tu dispose d’une identité visuelle cohérente, cela peut rendre ton marque plus mémorable et reconnaissable auprès de ton public.

TON DE LA VOIX

Ton ton de voix est la façon dont tu t’exprime à trasrs tes mots, tant écrits qu'oraux. Il ne s'agit pas seulement des mots que tu utilises, mais aussi de ton choix d'émojis, de structure de phrase et même de ponctuation. Tous ces éléments contribuent à la manière dont ta marque communique asc ton public.

COHÉRENCE

L'image de marque est une question de cohérence. Assures-toi que ton contenu, ton identité visuelle et ton ton de voix sont cohérents sur toutes tes plateformes et fils de médias sociaux. Assures-toi également de respecter ton calendrier de publication afin de ne pas décevoir ton public !

ENGAGEMENTS

Si tu souhaits créer une communauté forte autour de ta marque personnelle, il est important de dialoguer régulièrement asc tes abonnés. Qu'il s'agisse de répondre aux commentaires et aux messages ou de créer des opportunités pour tes abonnés d'interagir asc toi et entre eux.



Chapitre 2

OPTIMISER TON PROFIL

NOMMER TA PAGE

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

Si tu crées une page sans visage : tu souhaitas avoir le thème DANS LE NOM.
Par exemple, TheRichGirlsEra. car lorsque les gens recherchent le mot RICHE sur Instagram, il est susceptible d'apparaître.

Si tu démarres une nouvelle page pour ton ENTREPRISE, choisis le nom de l'entreprise OU ton nom.

Tu voudrais éviter d'avoir à changer de nom en cours de route et tu ne sais jamais comment ton entreprise pourrait évoluer, alors ne choisis pas un nom qui tu restreint trop, comme « activités annexes » ou « produits numériques ».

RAPPEL

Choisis ta propre marque personnelle, veille à ne pas copier la mienne ou celle d'autres. C'est ici que ta personnalité et tes passions prennent vie – alors sois original !



CRÉER TON PERSONNAGE SANS VISAGE

ton personnalité résume l’ambiance que tu représente à trasrs du contenu écrit, statique et vidéo.

Éléments qui façonnent ton personnalité :

- Traits de personnalité et intérêts personnels que tu partage
- ton storie personnelle, ton vision et tes valeurs pour ton marque
- Photo de profil et images mettant en valeur ton marque (pas de visage)
- Ton écrit, voix, langage et style de communication

Vise une personnage qui intrigue suffisamment les gens pour qu’ils restent. Partage de vraies parties de tu-même tout en préservant ton confidentialité.

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



Chapitre 3

MONÉTISER TA PAGE SANS VISAGE

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 asc les produits numériques.

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

Ils sont extrêmement rentables, ne 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.

Cependant, avant de créer un produit numérique, tu dois d’abord t’assurer qu’il est même très demandé.

ÉTUDE DE MARCHÉ

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

Mais comment trouver le problème ?
Il existe plusieurs façons de définir le problème asc lequel ton public cible est aux prises, et tu peux le fair par le biais d'études de marché.

Sur la page suivante, tu découvriras comment réaliser ta propre étude de marché.

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 pourras mieux comprendre les expériences, les opinions et les frustrations de ton public. Tu peux voir quelle genre de questions ils se posent, à quels problèmes ils sont confrontés et quelles solutions ils recherchent.

ENQUÊTES ET SONDAGES :
Contacte ton public existant asc des enquêtes et des sondages pour recueillir des informations. Pose des questions sur leurs difficultés, leurs problèmes et leurs défis. Cela te donneras un aperçu de leurs besoins et t'aideras à adapter ton produit numérique à leurs intérêts.

FORUM DE DISCUSSION :
Parcoure les forums et les communautés en ligne 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.

Astuce : Reddit est un excellent outil pour commencer !

EXPÉRIENCE PERSONNELLE :
Il y a de fortes chances que tu ais vécu les difficultés et les problèmes de ton public cible. Utilise ces connaissances pour créer un produit numérique qui les intéresse. Utilise ta propre storie et tes propres idées pour établir une connexion via ton produit numérique.

UN BON CONSEIL POUR TOI

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) ? Inclure leur site Web et le domaine d'expertise qu'ils couvrent.
- Quels types d’offres d’apprentissage numérique proposent d’autres experts dans (ta niche) ? Fournis-moi 10 sujets spécifiques qu'ils abordent dans leurs produits numériques.

FLUX DE MOTS

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 numériques !

Ici, tu peux découvrir à quel point le problème que tu essais de résoudre est courant, en voyant combien de personnes le recherchent sur les moteurs de recherche chaque mois !

Compile une liste de mots-clés que tu penses que ton public cible dans ta niche rechercherait et saisis-les dans Wordstream.
Tu souhaites viser un minimum de 20 000 recherches pour chaque mot-clé.
Assures-toi de noter ces mots-clés !

Voici un exemple utilisant les mots-clés « perte de poids céto » :

Keywords	Monthly search volume
keto diet program	49,500
ketogenic diet program	49,500
keto diet for weight loss	14,800

Je veux que tu utilises le créneau que tu as choisi et UNE question dans ce créneau à laquelle tu souhaitais répondre. C'est le problème que tu vas résoudre asc ton produit numérique !

À terme, tu pourras créer des produits numériques supplémentaires qui répondent à d'autres questions, mais commençons par une seule.

Quelques exemples de produits numériques qui résolvent un problème pour leur niche :

- Guide Comment démarrer une entreprise de photographie
- Comment faire l'école à la maison
- Comment budgétiser et planifier financièrement en 2024
- Atelier de pleine conscience
- Webinaire sur la nutrition et la gestion du poids
- Feuilles de travail de suivi de la condition physique
- Feuille de travail de planification des médias sociaux

CONSEIL DE PRO

Porte une attention particulière aux autres problèmes et points faibles que tes clients t’expriment lorsqu'ils résolvent un problème asc ton premier produit numérique.

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

PRODUITS NUMÉRIQUES DFY

N’oublie pas que tu peux personnaliser ce Playbook sur Canva et le vendre également comme le tiens !
Cependant, je veux que tu saches comment créer ton propre produit numérique DFY ! Alors allons droit au but.

Tout d'abord, tu as DEUX options :
1 - Acheter un produit numérique DFY sur Etsy ou Creative Market
2 - Créer toi-même un produit numérique DFY à l'aide des modèles GRATUITS de Canva !

ETSY/MARCHÉ CRÉATIF :

- Accéde à Etsy ou Creative Market et recherche « PLR » ou « droits de marque privée ».
- Recherche tous les produits numériques PLR (Private Label Rights) qui correspondent à toi, à ton étude de marché et au problème que tu souhaite résoudre pour les gens.
- Une fois que tu as choisi un produit numérique DPP, rédige une déclaration **« J'aide [qui] à faire [quoi] [comment] »**. Cela t’aidera à clarifier le message de ton marque et de ton produit numérique.

> **Exemples :**
> « J’aide les mamans occupées asc des idées de repas scolaires sains qui ne prennent pas plus de 10 minutes de leur journée ! »
>
> « J'aide les mamans qui en ont marre de jongler entre leur job de 9 à 5 et leur famille, à multiplier leur source de revenus grâce au marketing digital. »

MODÈLE CANVA GRATUIT :

1. Aller sur CANVA
2. Tape le type de modèle que tu recherche, comme « planificateur », « liste de contrôle », « livre électronique », « calendriers », etc. dans la barre de recherche.
3. Il y a une tonne de belles esthétiques parmi lesquelles choisir ! Saisis simplement ton contenu et ton image de marque, personnalise le comme le tiens et enregistre le sous forme de document PDF, et voilà !

Tu as créé ton propre produit numérique !

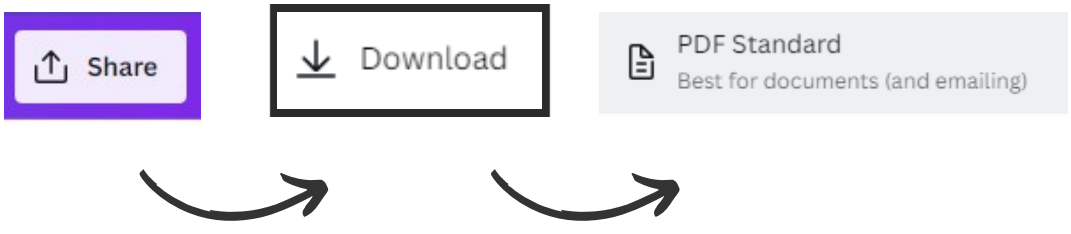
REMARQUE : Si tu utilise l'un des modèles gratuits de Canva, assure-toi de le personnaliser avant de le vendre - consulte leur politique ICI pour plus de précisions.

PERSONNALISATION/ENREGISTREMENT DE ton PRODUIT NUMÉRIQUE :

1. Ouvre ton produit numérique DPP sur Canva.

2. Personnalise les couleurs et les polices selon ton marque et ton style. tu pouve même ajouter ou soustraire du texte – c'est entièrement ton choix. tu êtes nouveau sur Canva ? Clique ICI pour un tutoriel GRATUIT !

3. Une fois que tu êtes satisfait du produit final, enregistre ton produit numérique sous forme de document PDF.



REVENTE ASC DROITS DE REVENTE

4

CETTE ÉTAPE S'APPLIQUE UNIQUEMENT À LA REVENTE DE CE PLAYBOOK :

Comme mon Playbook est assorti de droits de revente complets, tu as la possibilité de le revendre asc des droits de revente à tes propres clients. Pour leur fournir un lien Canva modifiable (tout comme je te l'ai fourni lors de ton achat afin que tu puisses le modifier), suis ces étapes pour obtenir ton propre lien Canva modifiable pour tes clients :



REMARQUE

Ce lien sera fourni à tes clients dans l'e-mail de confirmation accompagnant leur achat de ton produit numérique DFY. Nous y reviendrons plus tard !



Chapitre 4

OBJECTIFS DE PRIX ET DE REVENUS

FIXER LE PRIX DE TON PRODUIT NUMÉRIQUE

Tout d'abord, je tiens à t'informer qu'il n'existe pas de « juste prix ». Cependant, au début, c'est une bonne idée d'avoir un produit moins cher, dont le prix se situe entre 30 $ et 100 $.

Tu pourrais toujours augmenter ce prix à mesure que ton expertise et ton audience grandissent, mais juste pour te familiariser, commence à ce prix est un bon début !

MODÈLES DE TARIFICATION POPULAIRES

- **Billet bas – 10 $ à 50 $. Un volume de ventes plus élevé est nécessaire mais une barrière à l'achat plus faible.**

- **Billet moyen – 100 $ à 500 $. Équilibre de la marge bénéficiaire et vente plus facile qu'un ticket élevé.**

- **Billet élevé – 1 000 $+. Maximise le bénéfice par vente mais réduit la clientèle.**

En ce moment, je veux que tu réfléchisses au prix auquel tu te sentirais le plus à l'aise de vendre, car cela t'aideras à atteindre tes objectifs de revenus !

N'oublis pas non plus de commencer par servir ton public, car c'est ce qui fera de ton client, un client FIDÈLE.

CONSEIL

Les recherches suggèrent que si tu souhaites que ton produit soit perçu comme un bien de « luxe », tes prix doivent se terminer par un nombre pair (comme 0). Si tu souhaite que ton produit soit perçu comme un article à prix réduit, termine les prix par un nombre impair (comme 7 ou 9).

Prend une feuille de papier et répond aux questions suivantes :

- Quelle est la valeur/l'avantage principal que ton produit offre aux clients ? Comment cela va-t-il les aider ?
- Dans quelle fourchette de prix les concurrents vendent-ils des produits similaires ?
- Quels coûts de production as-tu engager pour créer le produit ? Tiens compte de ton temps, des outils utilisés et des services nécessaires.
- Quel niveau de prix correspond à la valeur que tu offres ? Considére la transformation que tu pourrais créer.
- Quel prix semble juste et raisonnable à ton client cible ?
- Quel prix pourrait maximiser tes marges bénéficiaires ? Envisages des modèles de revenus récurrents.
- Quel prix de lancement pourrait inciter de nouveaux clients à essayer ton produit ? Pense à une tarification échelonnée.

PRIX DE CE LIVRE DE JEU :
Je recommande de bien réfléchir à la quantité de valeur contenue dans ce Playbook. Je sais que tu vois des gens vendre leurs propres guides entre 27 et 47 dollars, mais ne dévalorise pas ton entreprise à cause de cela ! Connais ta valeur, commercialise de manière stratégique et les gens achèteront de toi.

TES OBJECTIFS DE REVENUS

Maintenant que tu as décidé de ton tarif, parlons des objectifs de revenus !

Pense au revenu mensuel que tu aimerais gagner dans les 12 prochains MOIS pour démarrer ton entreprise.

Pour simplifier les choses asc la répartition mathématique, disons que ton objectif est de 100 000 $/an.

Maintenant, prends ce nombre et divises-le en quatre quarts comme ceci :

1er trimestre : 10 000 $
2ème trimestre : 20 000 $
3ème trimestre : 30 000 $
4ème trimestre : 40 000 $

Vois-tu comment à chaque trimestre, cela augmente progressivement ? C’est parce que c’est ce que vivent généralement les entreprises !
Ils commencent à rapporter une plus petite quantité, et asc de la cohérence, du temps et des efforts, cela s'aggras !

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 $

Maintenant, regardons...

Ton premier mois :
Si ton objectif est de rapporter 2 000 $ au cours des 30 premiers jours suivant le lancement de ton produit numérique à 97 $, tu n'auras qu'à réaliser 20 ventes !

97 x 20 = 1 940 $

Réalises-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 la partie la plus cool ? Il s'agit d'un revenu PASSIF, ce qui signifie que tu pourrais gagner de l'argent pendant ton sommeil !

Ce sont des ventes réalisées grâce à quelques publications sur les réseaux sociaux par semaine et à un simple entonnoir que tu auras déjà mis en place.

Le revenu passif change la vie, mon amie !
Maintenant, mettons-nous au travail pour que tout soit configuré afin que tu puisses commencer à l'intégrer !

Tes objectifs

À ton tours de déterminer tes objectifs.
Commence par déterminer le prix de ton produit digital pour pouvoir déterminer à partir de là, le nombre de ventes que ça te prendra pour atteindre tes différents objectifs. Allez Go!

Le prix de vente de ton produit numérique : _____

Objectifs	$	# ventes
Annuel		
Trimestre 1		
Mois 1		
Mois 2		
Mois 3		
Trimestre 2		
Mois 4		
Mois 5		
Mois 6		

Tes objectifs

Objectifs	$	# ventes
Trimestre 3		
Mois 7		
Mois 8		
Mois 9		
Trimestre 4		
Mois 10		
Mois 11		
Mois 12		



Chapitre 5
TON FREEBIE

Vendre des produits numériques, c'est bien, mais nous devons commencer à automatiser ton entreprise (afin que tu puisses gagner de l'argent pendant que tu dormes !).

L’une des façons d’y parvenir est d’offrir un cadeau à notre public.

Un cadeau (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 pourrais offrir :

- **un mini guide,**
- **une checkliste,**
- **un eBook,**
- **un mini cours...**

pour n'en nommer que quelques-uns.



Exemple de cadeau

Voici pourquoi offrir un cadeau est important :

CONSTRUCTION DE LISTE :
Un cadeau est un excellent moyen d'élargir ta liste de diffusion (nous reviendrons davantage sur le marketing par e-mail plus tard). 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 des prospects et de les convertir en clients payants au fil du temps.

CONFIANCE ET AUTORITÉ :
Fournir un contenu de valeur via un billet de fasur établit la confiance et positionne ta marque comme une autorité dans ton secteur. Lorsque les gens voient que tu es prête 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 (je touche du bois) ton compte de réseau social devait être suspendu ou banni, disposer d'une liste de diffusion garantit que ton audience (ou ton entreprise) ne sera pas complètement perdue !

AUTOMATISATION DES ENTREPRISES :
Développer une liste de diffusion et du marketing par e-mail est la manière CLÉ pour ton entreprise de produits numériques de fonctionner en pilote automatique.

C'est ce qui te permettras de réaliser des ventes pendant que tu dors ou que tu sortes en famille !

NURTURATION DE LEADS :
Une fois que tu as collecté des prospects, tu pourrais utiliser le marketing par e-mail pour entretenir ces prospects au fil du temps. Tu pourrais fournir du contenu supplémentaire de valeur, partager des stories 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 aimants à client ne concernent pas seulement les conversions immédiates ; ils sont un outil pour construire des relations à long terme asc tes clients. Grâce à une communication continue et à un contenu précieux, tu pourras fidéliser ton public et transformer des acheteurs ponctuels en clients fidèles.

CRÉE TON BILLET DE FASUR

Il est important que ton cadeau soit directement lié à ton produit numérique payant. Ton cadeau donnera à ton client idéal un aperçu de la valeur qu'il recevra de ton offre payante.

Donne-leur un avant-goût, mais pas la bouchée entière !

Un billet de valeur fournit une solution à un problème. Pour inciter ton public cible à télécharger ton billet de valeur, tu dois lui proposer une solution à un problème asc lequel il est aux prises. Oh, et assures-toi qu'il a de la valeur ! Tu ne voudrais pas offrir quelque chose que PERSONNE ne voudrait !

TYPES DE FREEBIES :

- Webinaire/mini-cours
- Mini-guide ou ebook
- Modèles
- Listes de contrôle/checklist
- Courtes vidéos de formation

BESOIN D'INSPIRATION ?

Recherche ce que d'autres personnes de ton niche proposent comme cadeaux en tu inscrivant à leurs listes de diffusion. N'oublie pas de ne pas les copier, utilise-les simplement comme guide !

Voici quelques conseils pour créer un billet de valeur :

- **Fournir une valeur réelle :** le billet de valeur doit offrir une valeur significative, et pas seulement être un cadeau fantaisiste. Offre des conseils pratiques.

- **Résolve un problème urgent :** concentres-toi sur l'aide à apporter à un problème urgent rencontré par ton public.

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

- **Études de cas et exemples :** Démontre ton expertise et tes succès passés.

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

- **Portée limitée :** couvre une tranche étroite d’un sujet plus vaste pour susciter l’intérêt pour le produit complet.

- **Appel à l'action :** demande-leur d'acheter le produit complet pour obtenir plus.

- **Image de marque et liens :** présente subtilement ta marque, ton site Web et tes offres dans le design gratuit.

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



Chapitre 6

CONFIGURER STANSTORE

Ok, patronne, maintenant nous avons besoin d'un endroit pour gérer toute votre entreprise !

Créer une boutique en ligne pour vendre vos produits numériques n'a jamais été aussi simple... grâce à Stan Store ! Stan Store est votre guichet unique et c'est là que seront diffusées vos offres numériques (vos cadeaux, produits numériques, e-mails) ! Votre public peut simplement cliquer sur le lien Stan Store dans votre bio, acheter vos produits numériques et les recevoir directement dans leur boîte de réception !

Vous pouvez choisir parmi d'autres options, cependant, Stan Store est sans conteste ma plateforme préférée pour vendre mes produits numériques ! Je dirige toute mon entreprise de produits numériques ici, et c'est SUPER convivial pour les débutants.

Il y a aussi tellement d'autres choses que vous pouvez faire asc Stan Store, comme héberger des liens d'affiliation, créer des cours, du marketing par e-mail, planifier des appels Zoom et bien plus encore !

VEUILLEZ NOTER:
Vous pouvez vous inscrire asc leur plan Creator de base à 29 $/mois ou le plan Creator Pro à 99 $/mois. Le plan Creator Pro 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'entonnoirs.

Dans les prochaines pages, je vais vous expliquer comment tout configurer.

ESSAI GRATUIT DU MAGASIN STAN STORE

CONFIGURE TON BOUTIQUE STAN STORE

LA PREMIÈRE ÉTAPE:

Utilisez CE LIEN pour créer votre compte et bénéficier d'un essai GRATUIT de 14 jours (veuillez noter que si vous passez par le site Web habituel, vous n'obtiendrez pas l'essai GRATUIT) !

Regardez cette vidéo pour savoir comment configurer.

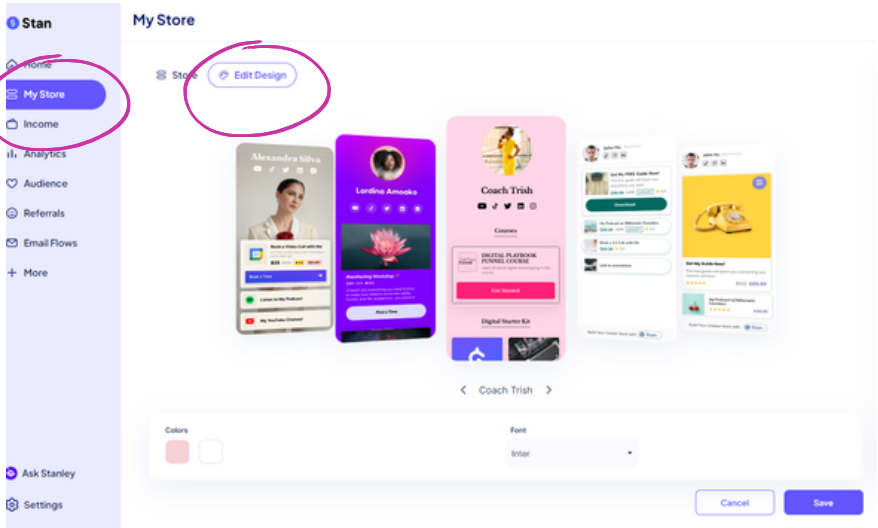
CONSEIL : Personnalise le aux couleurs de ta marque !

DEUXIÈME ÉTAPE :

Parcourez cette section « Mise en route » pour vous assurer que vous êtes configuré correctement !

TROISIÈME ÉTAPE:

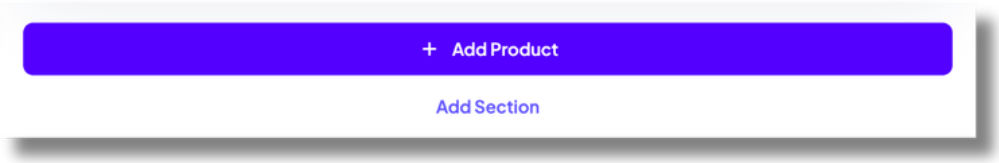
Allez dans « Ma boutique », puis « Modifier le design ». Ici, vous pouvez choisir la mise en page que vous souhaitez pour votre vitrine. Vous pouvez également choisir les couleurs de votre marque pour votre magasin Stan pour une esthétique commerciale plus cohérente.



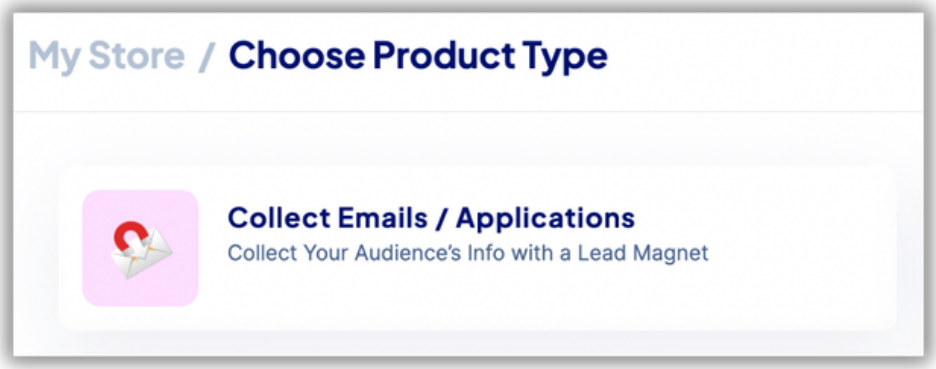
INSCRIS TON CADEAU SUR STAN STORE

Si tu utilise la boutique Stan Store, suis ces étapes :

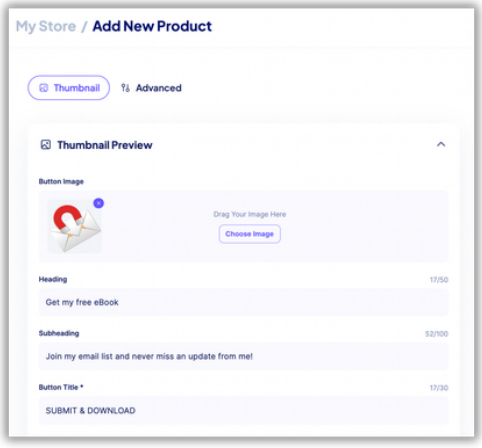
1. Accéde à ton compte Stan Store, et clique sur “+ Ajouter un produit”



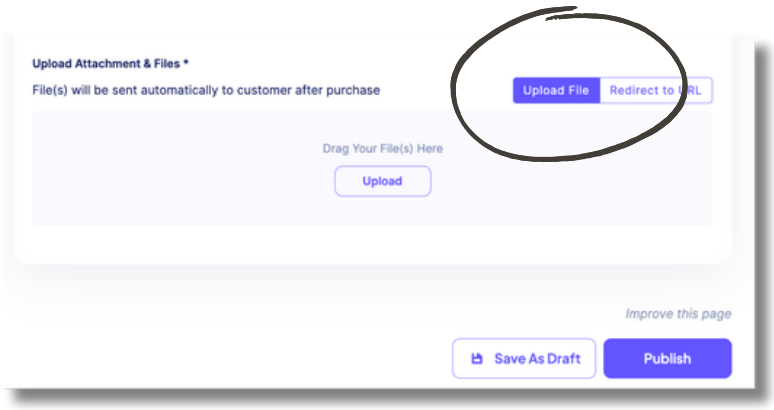
2. Clique sur l'option « Collecter les e-mails/applications ». C'est UNIQUEMENT pour les cadeaux !



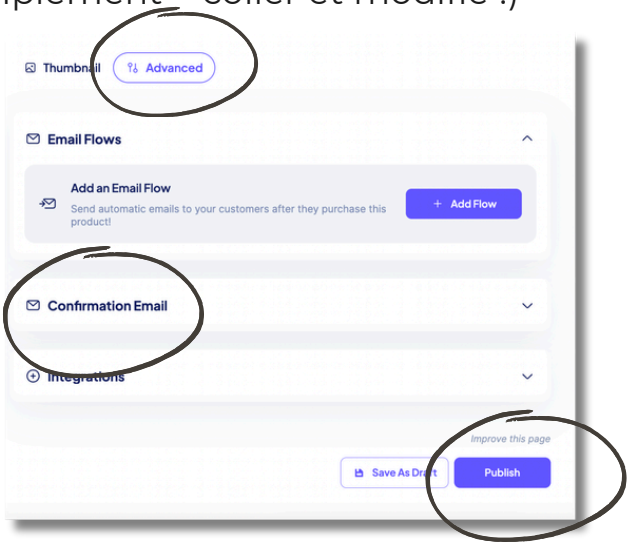
3. Télécharge la photo de ton outil gratuit, ton titre, la description et toute information supplémentaire souhaitée. Reste simpliste !



4. Télécharge ton FREEBIE en tant que produit numérique ou lien de redirection. Note que tu ne peux télécharger que des fichiers PDF **ou** un lien de redirection. Tu NE PEUX PAS faire les deux !



5. Clique sur "Avancé" ou “Option” en haut et ici tu peux ajouter ton e-mail de confirmation (j'ai déjà fait le travail pour toi, garde un œil sur mon modèle de confirmation de cadeau BONUS que j'ai inclus à l'avance ! Copie simplement + coller et modifie !)



6. Clique ensuite sur « Publier ».

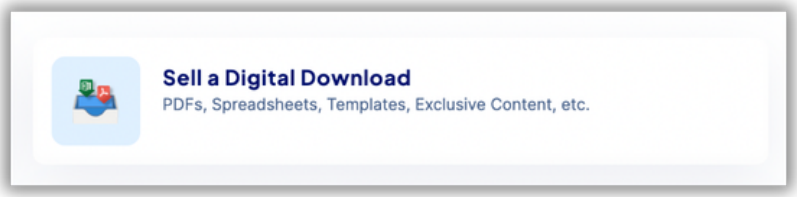
RÉPERTORIE TON PRODUIT NUMÉRIQUE SUR STAN STORE

Si tu utilise la boutique Stan, suive ces étapes pour répertorier ton produit numérique :

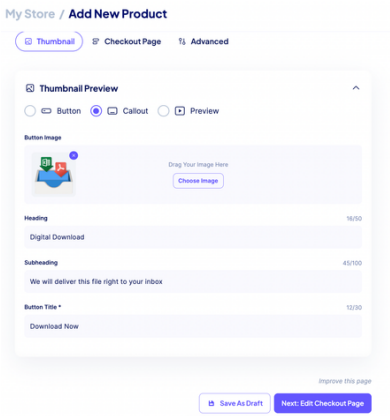
1. Accéde à ton compte Stan Store et clique sur « + Ajouter un produit ».



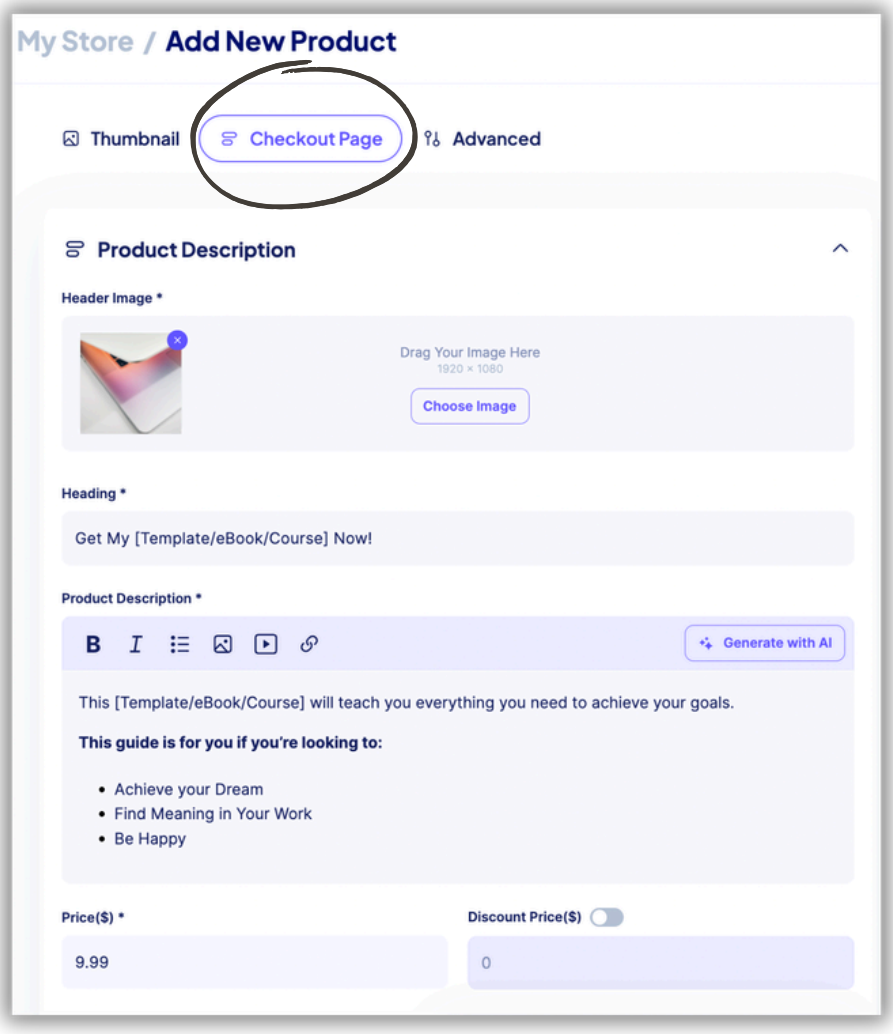
2. Clique sur l'option « Vendre un téléchargement numérique ». Ceci UNIQUEMENT pour les produits numériques, pas pour ton cadeau.



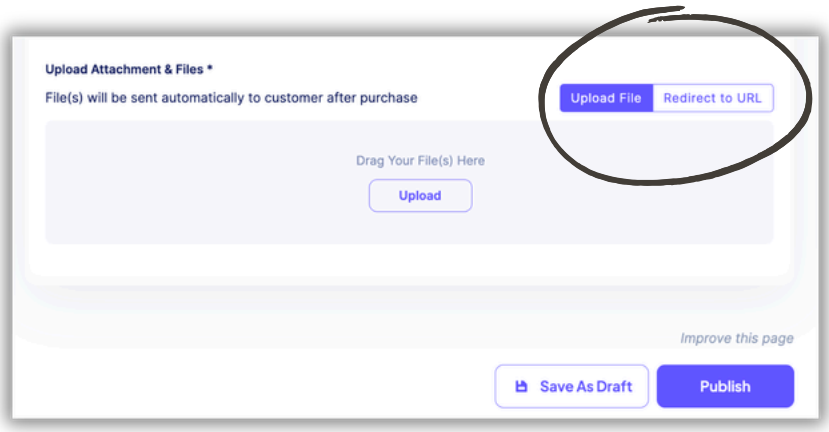
3. Télécharge la photo numérique de ton produit, le titre, une brève description + un bouton d'appel à l'action. Exemples : CLIQUE ICI, ACHETE MAINTENANT, EN SAVOIR PLUS, OUI S'IL tu PLAÎT !



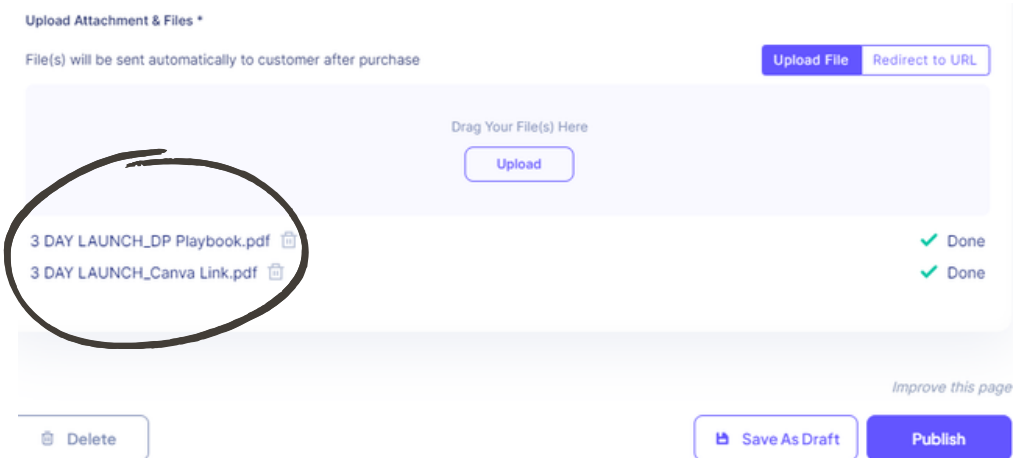
4. Accédes à la « Page de paiement », ajoute ton « Image d'en-tête », Titre, description du produit. N'oublie pas que tu VEUX entrer plus en détail asc une offre payante, présenter des résultats de cas, des témoignages, tout ce qui montre une preuve sociale !



5. Télécharge ton produit numérique EN TANT QUE produit numérique OU un lien MODÈLE de redirection depuis CANVA.
Noter que tu ne peux télécharger que des fichiers PDF OU un lien de redirection, tu NE PEUX PAS faire les deux !
Clique sur « Publier ».



Tu l'auras remarqué asc le mien, j'ai téléchargé la version PDF du E-book sous forme de fichier PDF et j'ai également créé un document PDF « Merci » dans CANVA asc le LIEN de modèle Canva de produit numérique pour que mon client puisse y accéder s'il souhaite personnaliser et vendre ce modèle !

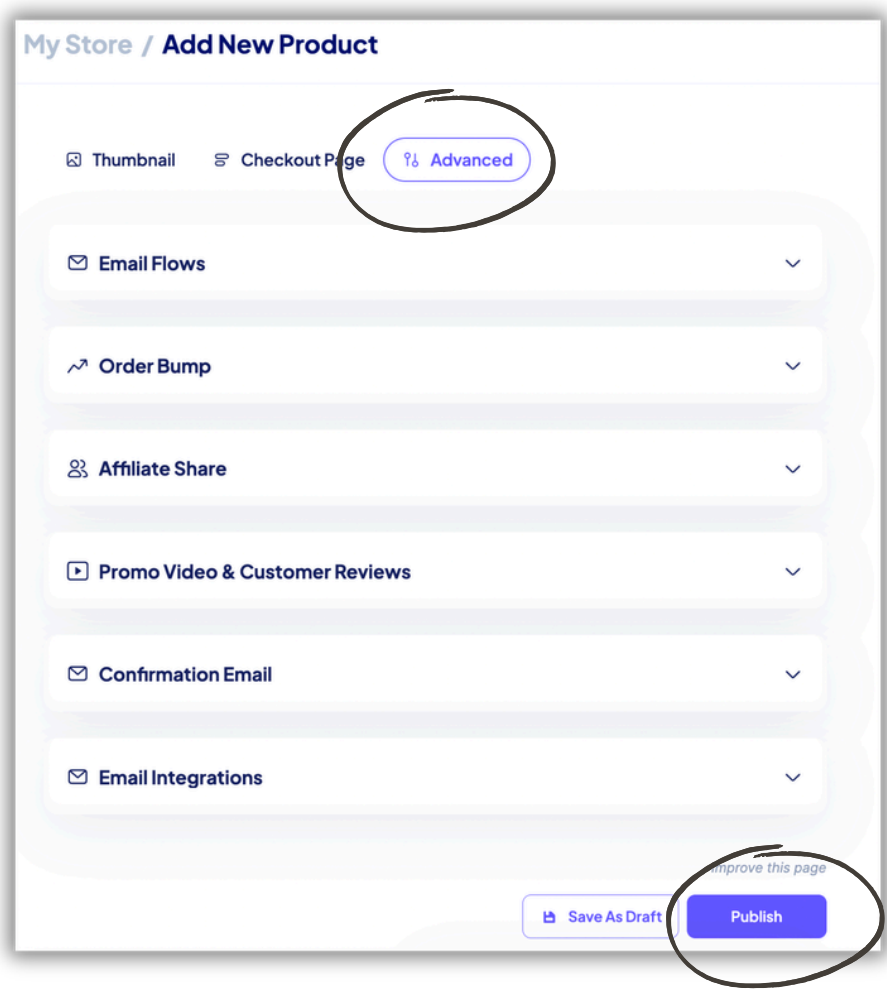


Certaines personnes voudront simplement le produit numérique lui-même (sans vouloir le revendre), il est donc recommandé de télécharger une version PDF !

6. Clique sur "Avancé" pour utiliser des fonctionnalités telles que les flux de courrier électronique, l'augmentation des commandes (tu pouve vendre ton produit à prix supérieur ou inférieur en sélectionnant cette option), les offres d'affiliation, les vidéos promotionnelles, les témoignages de clients, la modification de l'e-mail de confirmation (encore une fois, j'ai une confirmation BONUS modèle d'e-mail à copier, coller et modifier à l'avance !).

Personnellement, j'utilise uniquement les flux email, le boost de commande, la vidéo promo + les témoignages et je personnalise mon email de confirmation.

MAINTENANT tu ÊTES PRÊTE À PUBLIER !





Chapitre 7
AUTOMATISE TON ENTREPRISE

PUBLICITÉ PAR E-MAIL

Tu te souviens de la façon dont nous avons affiché les listes de diffusion plus tôt ?

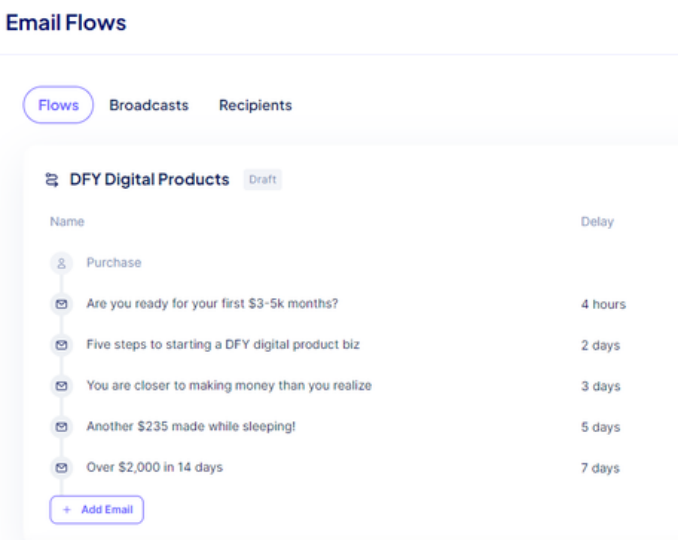
Nous allons maintenant approfondir ce sujet (marketing par e-mail), car c'est ce qui permettra à ton entreprise de fonctionner de manière automatisée.

Le marketing par e-mail n'est qu'une autre façon de dire « vendre asc des e-mails ». De nos jours, nous avons la possibilité de vendre directement à notre public, en configurant et en envoyant des e-mails automatisés.

asc un flux d'e-mails (ou une séquence d'e-mails) bien rédigé qui est envoyé à ton liste de diffusion, tu pourras établir la confiance et convertir les prospects en clients asc facilité et automatisation.

Alors commençons à le construire !

EXEMPLE DE FLUX D'E-MAILS SUR STAN STORE



La première chose que tu veux faire est de t’assurer que tu as mis à niveau vers un compte Creator PRO sur la boutique Stan pour pouvoir tout centraliser.

FLUX DE COURRIER ÉLECTRONIQUE/FLUX DE TRAVAIL

Un flux d'e-mails (ou flux de travail) n'est qu'une séquence d'e-mails que tu configure, qui seront automatiquement envoyés à tes prospects selon un calendrier défini.

Est-ce que tu t’es déjà inscrit à la liste de diffusion de quelqu'un et as-tu reçu de nombreux e-mails chaque mois, semaine ou même chaque jour ?

C'est un flux d'e-mails ! Ceux-ci aideront ton entreprise à fonctionner de manière automatisée (BONJOUR les revenus passifs !).

E-MAILS DE CONFIRMATION

La première chose que tu souhaiterais mettre en place avant de configurer ton flux de courrier électronique est un e-mail de confirmation contenant les liens de téléchargement pour chacun de tes produits numériques (y compris ton cadeau).

Tu te souviens de la façon dont je t'ai dit auparavant que j'avais des modèles d'e-mails de confirmation BONUS à utiliser ? Eh bien, ils sont dans cette section du E-book !

J'ai DEUX modèles d'e-mails de confirmation gratuits que tu peux copier-coller (et personnaliser toi-même). UN pour ton billet de fasur (ton cadeau) et UN pour ton produit numérique payant.

P.S. VOICI COMMENT CELA FONCTIONNE...

Quelqu'un s'inscrit pour recevoir ton cadeau > il reçoit un e-mail de confirmation asc son cadeau et un petit message de ton part

Quelqu'un achète ton produit numérique > il reçoit un e-mail de confirmation asc son produit numérique payant et un petit message de ta part.

Cela a du sens ? :)

REMARQUE : tu n'as PAS besoin de passer au compte Stan Store Creator PRO pour envoyer les e-mails de confirmation. Tu pourras configurer des e-mails de confirmation asc le compte Creator de base.

Modèle

E-MAIL DE CONFIRMATION DU LEAD MAGNET

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

Bonjour [Nom du client],

Waouh ! Tu l'as fait! Je suis très heureuse de partager davantage asc toi sur les produits numériques DFY/done-for-you, ainsi que sur la manière dont tu pourrais lancer et faire fonctionner ton entreprise de produits numériques rentable !

Voici ton cadeau : [LIEN PRODUIT].

Demain, tu recevras un autre e-mail de ma part contenant plus d'informations sur mon [Nom du produit - insérer un lien hypertexte]. Si tu ne le vois pas dans les 24 heures, assures-toi de vérifier ton onglet de promotions ou ton dossier spam et déplace ce message vers ta boîte de réception principale afin de ne manquer aucune mise à jour !

Et n'oublie pas que tu peux toujours m'envoyer un DM sur IG [inclure l'hyperlien] à tout moment si tu as des questions !

Je t'encouragerais !

[ton nom]

Modèle

E-MAIL DE CONFIRMATION D'ACHAT DU PRODUIT NUMÉRIQUE

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

Bonjour [Nom du client],

Merci d'avoir acheté [Nom du produit] !

J'ai tellement hâte que tu te lances. J'ai hâte de voir ce que tu vas en faire et comment ta vie changera grâce à cela !

Voici ton téléchargement :
[LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT]

Envoie-moi un DM sur IG [inclure le lien hypertexte] lorsque tu auras l'occasion de me faire savoir que tu as franchi cette étape !

J'aimerais me connecter asc toi et célébrer ça ensemble !

[Ton nom]

CONFIGURER TON FLUX DE MESSAGERIE

Une fois que tu as configuré tes e-mails de confirmation, tu peux alors commencer à configurer ton flux d'e-mails !

Il n'y a qu'UN seul flux de courrier électronique, ou flux de travail, que tu souhaiteras avoir en place lors de ton premier lancement. Ce flux est destiné aux personnes qui optent pour ton billet de fasur (ton cadeau gratuit).

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

- Valeur
- Une introduction à toi-même
- Ton storie et la promotion de ton produit.

Voici le calendrier de courrier électronique que je recommande :

- Bienvenue et cadeau - Envoie immédiatement
- E-mail stimulant – 24 à 48 heures après le premier e-mail
- E-mail de valeur – 24 à 48 heures après le deuxième e-mail
- L'e-mail de l'offre importante - 24 à 48 heures après le quatrième e-mail

Si tu as besoin d'aide pour configurer ton flux de messagerie pour ton billet de fasur, tu peux visiter CE LIEN pour une procédure rapide.

CONSEIL : Inscris toi auprès d'autres créateurs de ta niche pour trouver des inspirations pour ton flux de courrier électronique - mais NE COPIE PAS !

BONUS : j'ai inclus quelques modèles de flux de courrier électronique BONUS que tu pourras utiliser sur la page suivante. Modifies les simplement et utilises les comme les tiens. :)

Modèle DE FLUX DE COURRIELS CADEAU GRATUIT

E-MAIL N°1

Objet : Es-tu prête pour tes premiers mois de 3 à 5 000 $?

As-tu eu l'occasion de consulter mon guide gratuit ?
Si tel est le cas et que tu es prêt à utiliser un produit numérique DFY pour lancer ton propre entreprise de revenus passifs, je souhaite tu inviter à acheter mon [Nom du produit].

[INSÉRE ICI LES COMMENTAIRES SUR ton PRODUIT NUMÉRIQUE - TU PEUX LES AJOUTER PLUS TARD]

asc [Nom du produit], tu apprendre tout ce que tu deve savoir pour démarrer et exploiter une entreprise de produits numériques DFY rentable dans les 30 prochains jours (et profiter de 3 000 $, 5 000 $ et même 10 000 $ et plus par mois !)

Tu auras:

- Mon produit numérique à utiliser, modifier et revendre comme le tiens
- Un processus étape par étape pour configurer facilement et automatiquement ton boutique en ligne
- Mes stratégies de contenu pour commercialiser ton produit en seulement quelques heures par semaine
- PLUS mes modèles d'e-mails plug-and-play pour que ton système automatisé puisse générer des ventes quotidiennes même pendant ton sommeil !

Il s’agit d’une entreprise entière prête à t’approprier pleinement et à en tirer pleinement profit.

Pourquoi? Parce que je sais à quel point un flux de revenus passifs comme celui-ci peut changer la vie, et je veux te voir prospérer !

[ton nom]

E-MAIL N°2

Objet : Tu es plus près de gagner de l'argent que tu ne le pense

Bonjour [Nom du client],

Je veux que tu saches que tu es plus près d'avoir une entreprise à revenus passifs rentable et tes premiers mois de 3 à 10 000 $ que tu ne le pense.

Que tu sois déjà propriétaire d'entreprise ou que tu n'ais aucune expérience...

Que tu travailles de 9h à 17h ou que tu sois mère au foyer...

Que tu ais une grande présence sur les réseaux sociaux ou que tu partes de zéro...

Tu PEUX tirer parti de quelques heures par semaine seulement pour générer un revenu qui subviendra aux besoins de ta famille et changera ton vie.

asc un seul produit numérique et un système automatisé pour générer du trafic vers celui-ci, tu pourrais créer une entreprise très rentable depuis chez toi en quelques heures par semaine seulement.

Et asc un produit numérique DONE-FOR-YOU, ou DFY, tu n'as même pas besoin d'avoir une expertise particulière ni de créer ton propre produit à partir de zéro (mais je t'invite à le faire plus tard si le veux :-) C'est encore mieux!).

C'est pourquoi j'ai créé [Nom du produit - inclure un hyperlien] - pour t'aider à démarrer ton entreprise RAPIDEMENT en utilisant les étapes contenues dans et mon modèle plug-and-play.

Télécharges le, puis modifies le et personnalise le afin de pouvoir le revendre pour un bénéfice PLEIN.

Commence à générer 97 $ de ventes chaque jour, plusieurs fois par jour, même pendant ton sommeil - et, tout aussi important, profite de la liberté qui en découle.

Prêt à commencer? Ta prochaine étape consiste à acheter [Nom du produit] ici [inclure le lien hypertexte].

Et n'oublis pas que tu peux toujours m'envoyer un DM [inclure l'hyperlien] si tu as des questions !

[ton nom]

Objet : Un autre [insérer le montant en $] réalisé pendant que [insérer l'activité]

Bonjour [Nom du client],

Et juste comme ça, un autre [insérer le revenu réalisé ici] aujourd'hui pendant que _____ !

C’est la beauté des produits numériques : avoir une entreprise qui fonctionne et te rapporte de l’argent pendant que tu mènes une vraie vie !

Es-tu prête à commencer à tirer parti de quelques heures par semaine pour générer un revenu passif continu de la même manière ?

Si tel est le cas, ta prochaine étape consiste à acheter [Nom du produit], pour lequel j'ai déjà fait les démarches et créé le produit pour toi.

Tu peux cliquer ici [insérer un lien hypertexte] pour en savoir plus sur [Nom du produit] et commencer dès maintenant.

Je te soutiens et j'ai hâte de voir comment ta vie changera asc cela !

[ton nom]

Objet : [Insérer le montant en $] dans _____ jours

Au cours des ____ derniers jours, j'ai gagné [insérer le montant en $] en utilisant rien de plus qu'un produit numérique.

Je veux que tu imagines que c'est toi.

Imagine recevoir des notifications tout au long de la semaine pendant que tu es asc tes enfants... ou que tu regarde Netflix... ou que tu plies le linge... ou même que tu dormes !

Des notifications t'informant que tu viens de réaliser une autre vente sur un produit numérique (que tu n'as même pas eu à créer à partir de zéro !) Tout cela parce que quelqu'un d'autre est tombé sur une vidéo et a décidé qu'il voulait également participer à ce genre de vie.

Un produit qui rapporte des milliers de dollars par semaine pendant que tu ne travailles que 2 à 3 heures - tout cela pour que tu puisses passer le reste de ton temps à profiter des personnes et des choses que tu aimes.

Si ce n'est pas déjà fait, je veux tu mettre au défi de prendre une mesure audacieuse.

Achètes [Nom du produit] pour [prix] aujourd'hui.

Change ta vie.

Crée une entreprise capable de fonctionner en pilote automatique et de t'offrir le temps et la liberté dont tu rêves.

[ton nom]

P.S. N'oublie pas que tu peux toujours m'envoyer un DM [insérer un lien hypertexte] sur Instagram asc toutes tes questions. Je suis là pour toi!

DEUXIÈME FLUX D'E-MAILS (À L'ASNIR)

REMARQUE : Plus tard, tu souhaiteras peut-être disposer d'un deuxième flux de courrier électronique, spécifiquement pour les personnes qui achètent tes produits numériques. C'est principalement si tu propose également d'autres produits que tu souhaiterais vendre en tant que modules complémentaires !

IMPORTANT:

Assure toi de tester ton offre gratuite et payante avant de commencer à créer du contenu pour attirer les clients de tes rêves. Pour se faire, opte pour ton billet de fasur (cadeau ou outil gratuit) et enchaine vers ton offre payante.



Chapitre 8

CRÉATION D'UNE COMMUNAUTÉ SANS VISAGE

BÂTIS TA COMMUNAUTÉ

Lorsque tu démarres une page sans visage, la création de ta communauté devrait être ton objectif principal. Sans communauté, tu n'as pas de marque !

Certains diront peut-être qu'il est difficile de bâtir une communauté totalement anonyme. Cependant, j'ai été témoin de choses différentes.

Construire une communauté tout en restant anonyme est en réalité plus facile qu'on ne le pense (à condition d'appliquer les bonnes stratégies bien sûr !).

Voici quelques façons de créer en toute confiance une communauté asc une marque sans visage :

COHÉRENCE

Rester cohérent signifie se présenter au moins une fois par jour. Au début, je recommande de publier 1 à 3 fois par jour pour alerter l'algorithme que tu es un utilisateur actif et que tu es sérieuse.
En publiant régulièrement, tu fais également savoir à ton public que tu es présente et fiable. Ces heures supplémentaires renforcent la confiance.

Ma règle générale est de 1 à 2 Réels et 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 maîtriser tout cela, respire et prend 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.

ESTHÉTIQUE DE MARQUE COHÉRENTE

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

Un look cohérent est un facteur clé à ne pas manquer.

Premièrement, 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 joli ou esthétique.

Je ne saurais trop insister sur l'importance d'avoir une esthétique cohérente dans l'ensemble de ton entreprise (cela inclut ton flux Instagram, ton Stan Store et tes e-mails !).

Je vois tellement de pages asc toutes sortes de couleurs qui s'affrontent. Par exemple, leur mur contient du jaune, du brun et du vert. Leur boutique a alors une écriture orange, et leurs emails en bleu ! Non seulement cela n'a pas un aspect professionnel, mais cela devient immédiatement une marque immémorielle.

Une marque méconnaissable, et donc moins attrayante à acheter.

La cohérence de ta marque est ce qui peut faire ou défaire une première impression, il est donc important de s'assurer que tout se déroule bien.

TON STORIE PERSONNELLE

C'est probablement la partie la plus importante de ton image de marque (croye-le ou non), car n'importe qui peut copier l'esthétique de ton image de marque, mais PERSONNE ne peut copier ton storie.

La narration est l'un des outils marketing les plus puissants sur les réseaux sociaux, car elle permet à ton public de se connecter asc 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 la confiance asc toi beaucoup plus rapidement, à mesure qu'il réalise 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 Réel qui t'arrête net, parce qu'il raconte une storie qui te parle, que fais-tu ?
Tu continues à regarder et à lire, et si cela te parles, tu l'aimerais probablement, le sauvegarderais, le partagerais et peut-être même suivre ce créateur !

Tu souhaites partager ton storie dans tes Réels, tes légendes, tes Stories Instagram et tes e-mails.

Voici quelques exemples de ton storie :
-Pourquoi tu as démarré cette entreprise,
-Ton storie qui a mené à cette opportunité et comment elle a changé ta vie.

SERTS D'ABORD, VENDS PLUS TARD

Permets-moi d’abord de dire que servir = vendre.

Cependant, lorsque tu construis activement une communauté dès les premiers stades (en tant que débutante complète), ton objectif principal doit être de servir ton public de manière altruiste.

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

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

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

tu devrais donner à ton public une RAISON d'appuyer sur ce bouton de suivi, et pour ce faire, tu dois lui fournir une VALEUR.

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

- Se mettre à leur place et répondre aux questions brûlantes qu'ils se posent dans ta niche
- Rechercher leurs problèmes liés à leur niche et leur proposer une solution
- Créer une prise de conscience des problèmes à trasrs ton contenu et leur montrer que tu as la réponse
- Partager tes plus grands trucs et astuces qui profitent à eux et à leur vie

DANS LES COULISSES

Crée du contenu centré sur de véritables aperçus de ta réalité sans révéler ton visage.
Par exemple. un coup d'œil à ton bureau à domicile, un repas que tu as cuisiné, un article sur « des faits sur moi », tout ce qui s'est passé d'excitant dans ta journée.
Celles-ci trouvent plus d’écho auprès des adeptes que la perfection mise en scène. N'oublie pas que tu es une vraie personne derrière ton contenu sans visage – et les gens doivent le voir !

LIENS COMMUNAUTAIRES

Réponds aux DM et aux commentaires de tes abonnés asc le même ton que celui d'une vraie amie.
Pose des questions réfléchies pour susciter un partage réciproque. Les commentaires favorisent des liens plus rapides que les e-mails de masse. Je ne saurais trop insister sur les avantages des messages audio. Les messages audio sont personnels et cela aide ton client à voir qu'il y a vraiment une autre personne de l'autre côté.

TERMINOLOGIE/LANGUE

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



Chapitre 9

MARKETING SANS VISAGE : STRATÉGIES INSTAGRAM

RÉELS INSTAGRAM



Maintenant que tu as créé ta marque personnelle, il est temps de discuter du marketing sans visage à l'aide d'Instagram, les Réels. Afin de présenter nos produits numériques à nos clients idéaux sur Instagram, nous devons créer du contenu. Ma façon préférée de le faire est d'utiliser les Instagram Réels, car ils ont le potentiel d'atteindre un public plus large (par rapport aux publications statiques).

IMAGES DU B-ROLL

Les séquences B-Roll sont essentiellement un contenu d’arrière-plan que tu utilise comme vidéo pour ton Réel. C’est devenu une méthode très populaire pour les Réels, ce qui est BIEN car cela signifie moins de travail pour toi ! Cela signifie également que tu n’es pas obligé de montrer ton visage si tu ne le souhaite pas.

C’est facile et prend moins de temps. Ne sous-estime pas la puissance d’un court extrait basique de quelque chose de aléatoire !

Voici des exemples de séquences B-Roll :

- Pousser sa poussette en promenade
- Assis devant ton ordinateur en train de travailler (sans visage bien sûr)
- Verser une tasse d'eau, de café ou ton shake protéiné
- Un petit extrait du coucher de soleil

....essentiellement, n'importe quelle chose aléatoire qui se passe dans ta vie.

Astuce : collecte des clips de 5 à 7 secondes tout au long de ta journée (ou désigne un jour par semaine pour en collecter plusieurs).

Ajoute-les à un album sur ton téléphone afin qu'ils soient faciles à trouver et à sélectionner lorsque tu crée tes Réels.

PLUS D'EXEMPLES :

- Images de ma vue actuelle lorsque je suis à l'extérieur
- Images de moi faisant du shopping/tenant des sacs de courses
- Images de ma nourriture ou de ma boisson
- Images de ma vue actuelle en conduisant/roulant
- Images du ciel ou vue sur l'eau
- Images de moi utilisant mon appareil électronique (téléphone, ordinateur portable, iPad)
- Images de mes courses de vêtements/shopping
- Images de moi déballant un colis
- Images de moi en train d'organiser (en utilisant un trépied pour enregistrer la vidéo)
- Images de mes ongles ou de mes rendez-vous asc les ongles

Tu n'as pas le temps de filmer ou tu ne peux tout simplement pas t'en soucier ? Ne t'inquiète pas! J'ai une solution pour cela sur la page suivante !

VIDÉOS DE STOCK ESTHÉTIQUES

Les séquences B-Roll sont un excellent moyen GRATUIT d'obtenir du contenu sans visage.
Cependant, je sais que tout le monde n'a pas le temps pour cela.

Heureusement, il existe des plateformes qui proposent des TONNES de vidéos esthétiques - prêtes à être téléchargées et utilisées !

Voici ceux que je recommande :

- Société de actions sociales.
- Luxe Stocks (mon préféré et celui que j'utilise)
- Crique de contenu
- Le folklore

Il existe des alternatives GRATUITES telles que Canva et Pexels, cependant, j'ai remarqué que ces vidéos n'ont pas tendance à fonctionner aussi bien.

PILIERS DE CONTENU

Si tu débutes dans le marketing sur Instagram, BIENVENUE !

Il y a plus de 200 millions d'entreprises sur Instagram qui font la promotion de leurs services et produits ! Instagram est un moyen GRATUIT et incroyable de partager tes produits numériques asc le monde !

Prends le à ton avantage!

Si tu me suis, tu as probablement vu mon contenu. L'ensemble de mon Instagram a été créé dans le but de créer une communauté et de leur commercialiser mes offres de produits numériques.

J'ai créé une page qui vise directement à atteindre et à inviter mon public cible à venir découvrir ma marque et mes produits numériques.

Tu ne me verras pas publier des Réels sur la dernière tendance de la danse. Chaque Réels que je publie a un objectif spécifique, à savoir divertir, inspirer ou éduquer mon public cible, et créer une communauté fidèle et intéressée par mes produits numériques !

J'utilise TROIS piliers de contenu pour guider le contenu que je crée.

S'en tenir à ces piliers de contenu garantira que tu ne « publie pas pour le plaisir de publier ». Ils t'aideront également à fidéliser tes abonnés Instagram beaucoup plus rapidement si tu les respecte !

VOICI LES PILIERS DE CONTENU QUE JE RECOMMANDE D'UTILISER :

ÉDUQUER

La création de contenu éducatif ajoute une tonne de valeur à ton public idéal. Partage des informations, des trucs et astuces et des guides pratiques au sein de ton niche.

DIVERTIR/INSPIRER

Insére de la personnalité dans ton contenu ! Utilise l'humour, la narration ou des visuels attrayants. Partage des stories pertinentes ou du contenu humoristique qui, tu le sas, attirera ton public idéal.

PROMOUVOIR

C'est ici que tu faites la promotion de tes offres numériques. Mélange du contenu promotionnel asc un appel à l'action stratégique pour inciter les gens à AGIR concernant ton offre ! Présente tes produits et guide ton public sur les prochaines étapes.

RAPPEL

Ne faites pas tout ton contenu sur la promotion de tes produits numériques ! Au début, il est important de fournir des tonnes de VALEUR pour gagner l'amour, la connaissance et la confiance de ton client idéal.

CONTENU ENREGISTRABLE + PARTAGEABLE

L'objectif de chacun de tes Réels (ou du moins de la plupart d'entre elles si tu souhaites toucher plus de personnes) devrait être de les rendre soit super PARTAGEABLES, soit super SAUVEGARDABLES (ou les deux).

C'EST LE SECRET DU CONTENU VIRAL !

PARTAGEABLE : il s'agit d'un contenu qui fait penser à ton client idéal : « C'est tellement moi ! » OU « Cela me rappelle cette personne ».

Le contenu est suffisamment spécifique à ta niche pour qu'il leur donne le sentiment d'être vu, entendu et compris... et ensuite ils le partagent !
C'est pertinent !

ENREGISTRABLE : il s'agit d'un contenu qui apporte quelque chose de valeur à ton client idéal.

Il peut s'agir de connaissances, d'encouragements, d'orientations, de conseils, d'idées, etc. Tout ce qu'ils voudraient « sauvegarder » et sur lequel ils pourraient revenir plus tard.

Les deux types de publications fonctionnent très bien car ils ont le pouvoir de stimuler ton engagement.

N'OUBLIE PAS : Plus tes Réels sont partageables et sauvegardés, plus il y a de chances qu'elles deviennent virales !

L’ACCROCHE (HOOK)

Ton accroche est la CLÉ ! Il s'agit d'une phrase ou d'un mot rapide et accrocheur pour amener ton public idéal à arrêter de faire défiler et à prêter attention.

Tu devrais avoir un hameçon solide à deux endroits sur ton Réel :

1. Texte à l'écran : les premiers mots que ton spectateur verra en faisant défiler ton mur.

Le travail de cette accroche est de les amener à arrêter leur défilement et à surveiller ton fil.

Tu souhaites placer cette accroche sur ta vidéo sous forme de texte.

2. Le début de ta légende : le(s) premier(s) mot(s) de ta légende doivent être frappants.

Le travail de cette accroche est de les amener à lire réellement ta légende.

Plus la légende est bonne -> plus tu passeras de temps à la lire -> plus ton Réel aura de temps de visionnage -> plus ton Réel sera poussé vers plus de personnes.

P.S. J'ai quelques accroches BONUS pour toi sur la page suivante !

HOOKS BONUS

- "Voici un raccourci pour ___" (comment passer de A à B) "
- Comment ___ en (x) minutes" (insére les points faibles de ton public)
- "Le moyen le plus rapide de ___" (atteindre un objectif spécifique) "TOP5 ___" (insérer un objectif spécifique)
- « Erreurs majeures que la plupart des ___ font » (personne de ton niche)
- « Guide étape par étape pour ___ » (insérer un objectif réalisable)
- « Pourquoi faire ___ (insérer la chose la plus courante) n'aidera pas ___ (désir) !"
- "Faites ceci pour ___" (comment passer de A à B)
- "5 erreurs toxiques à éviter si tu voule ___" (désir)
- "La plus grande idée fausse à propos de ___" (briser un mythe) "tu as fait ___ du tort à ton vie entière!" (un sujet spécifique) "3 règles pour débloquer ___" (un résultat spécifique)
- "5 façons de___" (atteindre un résultat souhaité)
- "Ce hack va tu époustoufler !"
- "Mon voyage de 0 à ___" (nomme ton statut actuel)
- "Le vrai secret sur ___" (un sujet spécifique)
- "tu ne croire pas ce ___ hack !"
- "Ma stratégie secrète pour ___"
- "Le moyen le plus rapide pour ___ maintenant"
- "Si tu voule ___, tu deve essayer ceci !"
- "Les 5 meilleurs conseils pour ___"
- "Comment maîtriser ___"

HOOKS BONUS

- 5 faits surprenants sur ___ »
- « Si tu voule atteindre X, tu devrais ___ »
- « Les stratégies les plus efficaces pour ___ »
- « Mes principales ressources pour ___ »
- « Les plus grandes idées fausses sur ___ »
- « Les moyens les plus négligés de ___ »
- « La chose n°1 que tu devrais savoir sur ___ »
- « Je n'aurais jamais pensé pouvoir ___ »
- « Le meilleur conseil que j'ai jamais reçu à propos de ___ »
- « Dans les coulisses de ___ »
- « La seule chose que tu fais de mal et qui tu retiens de (objectif]) »
- « Es-tu fatigué de (problème) ? Voici comment y remédier.
- « Ne fais pas ces erreurs lorsque (tâche ou objectif) »
- « La vérité sur (idée fausse ou croyance courante) »
- « La façon (adjectif) d'améliorer ton (compétence ou tâche) »
- « (Nombre) de choses que tu ne savais pas tu pourrais faire asc (produit ou service) »
- « Le guide ultime pour maîtriser (compétence ou tâche) »
- « Les meilleurs hacks (compétence ou activité) pour (tâche ou problème) » (Nombre) raisons pour lesquelles (sujet) est important » " "Les choses à faire et à ne pas faire de ___"
- "Si tu voulais atteindre X, tu devrais ___"
- "Les erreurs les plus courantes lorsque ___"

HOOKS BONUS

- « La vérité surprenante sur ___ »
- « Le secret pour ___ »
- « Les 5 meilleurs outils pour ___ »
- « La liste de contrôle ultime pour ___ »
- « Comment surmonter ___ »
- « Les principales tendances en ___ »
- « Les stratégies les plus efficaces pour ___ »
- « Comment Je suis passé de X à Y. Façons d'obtenir ton premier __ »
- « Arrête de faire ça si tu voule X Vole mon ___ »
- « Arrête de faire ces erreurs ___ »
- « 5 faits que tu ne connaissie pas ___ »
- « 3 raisons pour lesquelles tu deve start ___ »
- « La science derrière ___ »
- « Mes principales ressources pour ___ »
- « Comment booster ton ___ »
- « Les 5 principales choses que tu deve savoir sur ___ »
- « Le secret pour atteindre ___ »
- « Dans les coulisses de ___ »
- « Les erreurs les plus courantes lorsque ___ »
- « Comment je suis passé de X à Y ___ »
- « Le guide ultime pour ___ »
- « Un guide étape par étape pour ___ »

APPEL À L'ACTION (CTA)

Les CTA dans tes Réels sont importants pour augmenter l'engagement, la durée de visionnage et la conversion de followers/clients !

Semblable à ton crochet, tu disposes de plusieurs options différentes en ce qui concerne ton CTA.

N'hésite pas à utiliser l'un ou les deux pour chaque vidéo :

1. CTA à l'écran : cela peut être utilisé soit pour envoyer tes téléspectateurs vers ta légende pour plus d'informations, soit pour les inciter à entreprendre une action spécifique (par exemple commenter ou envoyer un DM d'un mot-clé spécifique).

Je dis toujours « Lire la légende » pour que mon public puisse en savoir plus sur la publication.

2. CTA dans la légende : tu souhaiteras inclure au moins un CTA dans ton légende, et n'hésite pas à en inclure plusieurs !

Utilise ton CTA de sous-titre pour inciter les spectateurs à entreprendre une action spécifique (c'est-à-dire te suivre, commenter quelque chose de spécifique, envoyer un DM, partager leur point de vue, etc.)

J'utilise toujours 2 CTA qui vont quelque chose comme « commente pour que je t'envoie le lien » ou « suive @PrettyCeoCo pour plus de conseils + d'inspiration ».

P.S. Consulte la page suivante pour tes CTA BONUS !

CTA BONUS

- Voir la légende pour en savoir plus👇🏽
- Commente [WORD] pour le lien vers ___
- Taggue quelqu'un que tu connais qui a besoin de voir ça !
- Décris ta journée en 3 emojis ⬇️
- Commente ceci !
- Lève la main si tu peux comprendre ! ✋🏽
- Rends-toi dans mes stories pour plus d'informations !
- Partager l'amour! Identifie ton meilleur ami de business dans les commentaires
- N'oublie pas de SAUVEGARDER ce message pour plus tard !
- Suis-moi pour en savoir plus.
- Partage ceci asc la première personne qui apparaît lorsque tu cliques sur Partager
- Partage ton avis dans les commentaires
- Partage ceci asc un ami qui ___
- Peux-tu comprendre? Commentaires ci-dessous!
- Rends-toi sur mon lien dans la bio pour le guide gratuit
- Voles ma stratégie dans la légende
- Si tu as trouvé cet article utile, enregistre-le pour plus tard !
- Des questions? Commentaires ci-dessous!
- Rends-toi sur le lien dans ma bio pour réclamer le vôtre !
- Si tu es d’accord, commente ton emoji préféré !
- Qu'est-ce que j'ai raté? Commentaires ci-dessous!
- Enregistre ce message pour la prochaine fois que tu en auras besoin ___
- Va voter pour ton préféré dans mes stories !
- Les places sont limitées, réserve ta place maintenant !
- Aime ce post si tu ___
- Active les notifications de publication pour ne pas manquer le ___

TON MESSAGE PRINCIPAL

Ton message principal est le message que tu souhaites faire passer asc ta vidéo.

Tu as 2 options : tu peux mettre la « chair » de ton message principal sous forme de texte à l'écran dans le Réel lui-même.

OU inclus le dans ta légende et utilise un CTA rapide pour envoyer les gens vers ta légende comme je viens de le démontrer.

N'oublie pas que ton message principal est un contenu partageable ou enregistrable. Voici donc quelques questions à te poser :

- Offres-tu de la valeur à ton client ou suiveur idéal ?
- Ton message concerne-t-il ton client ou ton suiveur idéal ?
- Ton message donne-t-il des idées, des orientations, des encouragements ou des conseils de quelque sorte ?

Ton message principal n'a pas besoin de faire TOUTES ces choses, mais il devrait en faire au moins une !

Puisque nous créons des Réels sans visage, ton contenu devra être captivant pour attirer encore plus de personnes !

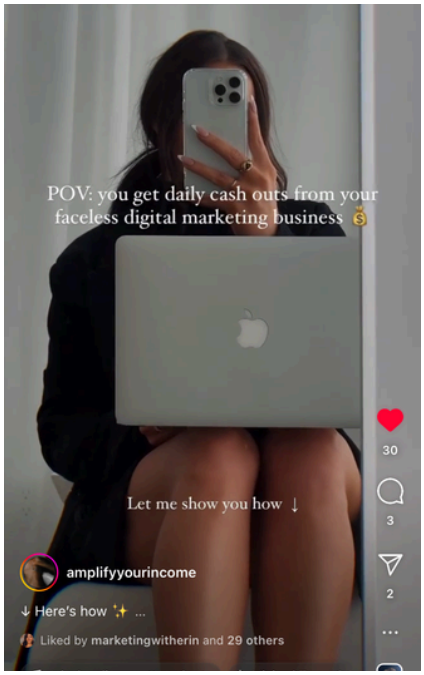
Pour décider de mettre ou non ton message principal à l’écran ou en légende, voici quelques conseils :

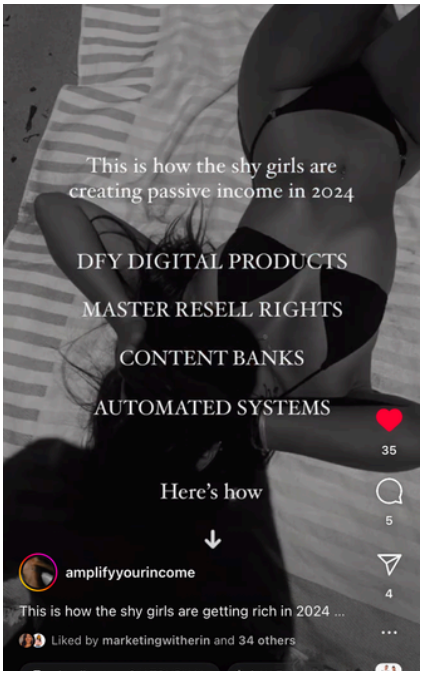
- N'inclue-le à l'écran que si tu peux le faire sans surcharger l'écran, rendre le texte difficile à lire ou rendre la vidéo trop longue.
- Si tu l'inclus à l'écran, assures-toi de modifier la vidéo afin que le texte apparaisse en synchronisation asc le rythme ou les battements de l'audio sélectionné.

C'est encore mieux si tu ne fais qu'un petit morceau de texte à la fois !

- S'il y a trop de texte, utilise simplement un appel à l'action juste après ton accroche pour envoyer les gens vers ta légende.

Voir deux exemples asc un message principal à l'écran et un exemple où j les téléspectateurs sont envoyés vers la légende du message principal.





AUDIO TENDANCE

Un audio « tendance » est essentiellement tout audio qu'Instagram a souligné comme étant populaire. L'utilisation d'un audio tendance est la CLÉ si tu souhaites toucher plus de personnes, car Instagram est plus susceptible de diffuser ta vidéo auprès d'un plus grand nombre de personnes.

Tu sauras si un audio est tendance s'il comporte une flèche diagonale vers le haut. Si tu cliques sur cette flèche sur une vidéo, tu accéderas à toutes les vidéos utilisant cet audio et tu pourras voir combien de fois cet audio spécifique a été utilisé.



Ensuite, si tu clique sur ce bouton :
Tu verras une liste des 50 meilleurs audios à la mode !

Je recommande d'utiliser des audios tendance asc moins de 5 000 utilisations, 10 000 maximum. Ce qui est encore mieux, c'est que si la vidéo « originale » a plus d'un million de vues asc des commentaires récents des derniers jours, cela signifie qu'elle est susceptible de disparaître !

CONSEIL

Recherche les audios pré-tendance : ce sont des audios qui ont plus d'un million de vues originales et sont utilisés moins de 1 000 avant que la flèche de tendance ne s'affiche.

Assure-toi simplement qu'ils sont toujours à la mode lorsque tu les utilise !

PHOTO DE COUVERTURE

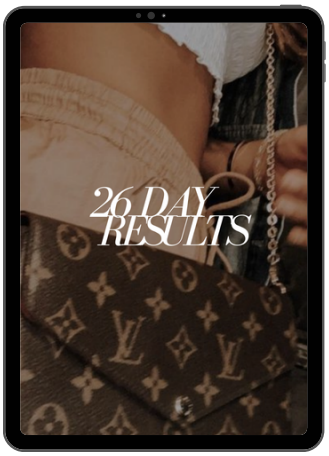
La photo de couverture de ton Réel est ce que les gens verront à la fois dans la « grille » de ton profil (la vue principale de ton profil) et dans l'onglet de tes Réels.

Idéalement, tes photos de couverture indiquent clairement le sujet de chaque vidéo, correspondent à ta marque et encouragent quelqu'un à cliquer sur ta vidéo s'il a visité ton profil.

La plupart des gens conviennent que des profils parfaitement alignés et esthétiques ne sont pas nécessaires. Cependant, je pense qu'il est toujours important de rester fidèle à la marque et de s'assurer que les photos de couverture de tes Réels représentent correctement ce à quoi s'attendre.

Tes options :

- Choisis une image existante de tA vidéo comme couverture. Assures-toi que le cadre que tu choisis comprend au moins le texte « crochet » à l'écran.
- Télécharge une photo de couverture à partir de ta pellicule. Tu peux utiliser Canva ou CapCut pour concevoir une photo de couverture si nécessaire (utilise la taille 1080 x 1920 pour une photo de couverture en vidéo).







SOIS CRÉATIF & ORIGINAL

Un bon moyen d'atteindre un public plus large consiste à s'intéresser aux tendances le plus tôt possible.

Lorsque tu parcoures Instagram, fais attention aux tendances que tu vois encore et encore et utilise-les à ton avantage.

La clé ici est d'ÊTRE ORIGINAL ! Suis les tendances et utilises des audios tendances, mais apportes-y ton propre touche.

C'est bien de s'inspirer d'une tendance, faites simplement de ton mieux pour te l'approprier.

Même sans suivre les tendances, le fait de définir des tendances en faisant les choses en premier tu permettras également de devancer tes pairs.

Il peut être ennuyeux de voir les mêmes messages encore et encore, mais c'est là que ta véritable créativité ressort et que tu peux t'exprimer de manière unique !

CONSEIL

Il n'est pas toujours nécessaire de réinventer la roue ! Si tu vois un réel qui a bien fonctionné, recrée-la mais NE copie PAS. Mets ta propre sasur et tourne-la. Le but du jeu est de modéliser ce qui fonctionne déjà !

TA LÉGENDE

N'oublis pas que ta légende doit commencer par une accroche solide qui incite les gens à développer ta légende pour lire l'intégralité, en particulier si ton message principal est dans ta légende.

Quelques conseils pour ta légende :

- Si ta légende fait plus de quelques phrases, assures-tu de séparer souvent les lignes par un espace. Il est plus facile pour les gens de se concentrer sur 1 à 2 phrases à la fois plutôt que d'essayer de lire un long paragraphe.

- **La narration est la clé ! Partage tes expériences et sois vulnérable et honnête (même sans montrer ton visage). C'est énorme si tu veux gagner la confiance + convertir les téléspectateurs en abonnés + convertir les abonnés en clients.**

- **Utilise des emojis, mais n'en fais pas trop.**

- Si ta légende est accrocheuse, attrayante et suffisamment longue (séparée par des espaces), cela t'aideras à obtenir plus de temps de visionnage sur ta vidéo (surtout s'il s'agit d'un court clip de 5 à 7 secondes), ce qui signifie qu'elle sera repoussée à plus de personnes.

- Assures-toi d'inclure ton crochet, ton CTA, tes hashtags et mots-clés, ainsi que ta signature à la fin.

TON SIGNATURE

Ta signature est un appel d'une phrase à te suivre que tu mettras à la fin de chaque légende. Cela dira très rapidement à tes téléspectateurs qui tu es et pourquoi ils voudraient te suivre.

J'ai remarqué une augmentation substantielle du nombre de mes abonnés lorsque j'ai commencé à mettre en place une simple signature sur chaque vidéo !

La plupart du temps, il sera placé à la toute fin, de sorte que seules les personnes intéressées qui liront jusqu'au bout seront invitées à le suivre.

Cependant, il est également avantageux de la placer parfois au début, car tout le monde ne lit pas jusqu'à la fin !

Voici un exemple :
« Tout d'abord, suive @amplifyyour Income pour plus de conseils sur les réseaux sociaux »

Court, doux, précis. En gros, dis à ton spectateur de te suivre s'il a aimé cette vidéo et souhaite en voir davantage. Et ça fonctionne!

CONSEIL

Utilise la fonction « Remplacement de texte » dans les paramètres de ton téléphone pour enregistrer ta signature à l'aide d'un raccourci afin de ne pas avoir à tout retaper à chaque fois.

HASHTAGS + MOTS-CLÉS

Les hashtags ne sont PAS morts. Beaucoup de gens prétendent qu'ils le sont, mais BEAUCOUP de professionnels recommandent toujours de les utiliser et personnellement, je peux toujours trouver beaucoup de contenu que j'aime en utilisant des hashtags !

Pourrais-tu obtenir une grande portée sans eux ? Bien sûr, mais je ne pense pas que leur utilisation te feras du mal !
En fait, j'ai découvert que l'utilisation de hashtags sur un tout nouveau compte aide l'algorithme à savoir où regrouper ton contenu et à qui transmettre ton contenu !

Si tu choisis d'utiliser des hashtags dans ta légende, je me concentrerais sur les hashtags moins saturés. Il est moins probable que ta vidéo soit trouvée asc un hashtag ayant des millions d'utilisations. Une bonne règle de base consiste à utiliser des hashtags entre 50 000 et 100 000 utilisations pour une meilleure visibilité.

Les mots-clés sont un nouvel accent sur Instagram.

Fondamentalement, tu voudrais t'assurer que ton texte à l'écran ET ta légende contiennent des mots-clés pertinents afin que l'algorithme diffuse ton contenu aux bonnes personnes.

Par exemple, certains mots-clés que j'aime m'assurer d'inclure quelque part dans mon Réel et/ou ma légende sont : entrepreneur, travail à domicile, produits numériques, marketing numérique, etc.
J'aime répéter les mêmes mots-clés dans ma légende environ 4 à 5 fois, pour les meilleurs résultats.

Si ta légende est courte ou si tu souhaites ajouter des mots-clés, tu peux toujours simplement les saisir sous tes hashtags dans ta légende.

PLUS DE CONSEILS INSTAGRAM

Choix de police : utilise uniquement des polices faciles à lire sur ta vidéo. Si les gens doivent plisser les yeux ou forcer, ou si les mots se fondent dans l'arrière-plan, ils défileront.

Ton image de marque : en parlant de polices, je tu recommande de rester cohérent asc les polices et les jeux de couleurs que tu utilises dans ton contenu. Tu veux que ta marque soit reconnaissable !

Durée de la vidéo : la plupart de tes Réels doivent être comprises entre 5 à 7 secondes. C'est un temps idéal qui a fait ses preuves !

Filtres : n'en faites pas trop asc les filtres et n'utilise pas de filtres abstraits. Garde ton contenu aussi naturel et brut que possible. En tant qu'utilisateur actif sur les réseaux sociaux, j'ignore les publications asc des filtres lourds.

Emplacement du texte : assures-toi que ton texte se trouve dans un endroit facile à lire et qu'il n'est pas masqué par ton nom d'utilisateur, le début de la légende ou un bouton J'aime, commente ou partage.

En gros, évite de placer ton texte tout en haut de tes vidéos, tout en bas et sur les côtés. Concentre-toi sur le fait de garder tout au centre.

Enregistrer au fur et à mesure : « Enregistrer comme brouillon » souvent. Pour plus de sécurité, enregistre tes brouillons sur ta pellicule (tu devras les enregistrer sans l'audio, alors assures-toi d'avoir enregistré cet audio pour l'utiliser plus tard).

Des problèmes sur Instagram et la dernière chose que tu voudrais, c'est perdre une vidéo sur laquelle tu as travaillé dur.

Planifier à l'avance : tu pouve créer une vidéo et planifier sa publication ultérieure si nécessaire.

Lis CET ARTICLE pour savoir comment procéder.

Fais attention aux informations : Tu as besoin d'un compte professionnel ou de créateur pour afficher les informations sur tes Réels.

Ne t'inquiétes pas trop, mais fais certainement attention aux rouleaux qui fonctionnent le mieux.

Et rappeles-toi, ce n'est pas seulement une question de likes ! Parfois, tu auras plus de partages, de sauvegardes ou de commentaires que de likes. Tout type d'interaction est une bonne interaction !

Répondre aux commentaires : prends quelques minutes pendant ton temps libre pour parcourir et répondre aux commentaires. Cela incitera les gens à revenir sur ta vidéo et améliorera tes taux d'engagement !
Interagis asc tes abonnés, pose des questions et établis la confiance.

Reste simple : les Réels ne doivent pas nécessairement être compliqués ou prendre beaucoup de temps. Tu peux créer et modifier des Réels dans Instagram pour éviter toutes les applications techniques.

Certaines personnes ne publient JAMAIS de Réels parce qu'elles pensent avoir besoin de compétences en montage vidéo pour les rendre sophistiquées et de haute qualité. N'y pense pas trop !
Essayes-le, trouves ton style de contenu et respectes-le.

Sois patient : les Réels ont parfois une façon de prendre leur temps ! Parfois, les miens commencent à bien fonctionner des JOURS/SEMAINES après les avoir publiés.

Si c'est ta première semaine de publication de Réels, continue et reste cohérent. L'algorithme ne commence à te reconnaître qu'à partir de la 2ème ou 3ème semaine, et la plupart des comptes ne commencent à décoller qu'au bout de 90 jours !

Reste cohérent : je ne saurais trop insister sur ce point ! Joue au long jeu. Ne poste pas simplement pour essayer de devenir viral. Garde à l'esprit ton suiveur idéal et présentes-toi systématiquement à lui. L'algorithme n'est PAS là pour te avoir !

J'aimerais partager asc tu une citation qui m'a toujours marqué :

"Un succès rapide construit l'ego, un succès lent construit le caractère."
- inconnu

Il n'y a RIEN de mal à une croissance lente ! Toute croissance (grande ou petite) est une croissance, et elle doit toujours être célébrée !

liste DE CONTRÔLE DES RÉELS

- Un excellent **crochet** pour attirer tes abonnés

- Le **CTA** leur demande de suivre, de partager ou de sauvegarder

- **Tendances audio** entre 0 et 10 000 utilisations (vidéo originale sur 1 million de vues)

- Apporter de la **valeur** (éducation, humour, inspiration ou ton storie)

- Sois fidèle à la **marque** (polices, couleurs, ton, message)

Aide-mémoire
CHECK-LIST GLOBALE IG

- [ ] **Planifis à l'avance :** ne t'envole pas. Connais ton message, ton accroche et ton appel à l'action avant d'appuyer sur ce bouton d'enregistrement. Je recommande de planifier une semaine de Réels que tu pourras simplement avoir sous la main.
- [ ] **La qualité plutôt que la quantité :** il est préférable d'avoir une vidéo bien conçue plutôt que plusieurs Réels médiocres. Investis du temps dans l'édition pour un look soigné.
- [ ] **Sois bref et doux :** les Réels Instagram doivent durer jusqu'à 7 secondes. N'oublis pas que moins c'est plus. Vise 5 à 7 secondes pour un engagement maximal.
- [ ] **Tire parti de la musique et des effets tendance :** utilise la bibliothèque de musique et d'effets spéciaux tendance d'Instagram, ainsi que des modèles pour rendre tes Réels plus attrayants et partageables.
- [ ] **Utilise des légendes :** ton accroche a attiré leur attention. tes sous-titres doivent contenir suffisamment d'informations pour qu'ils restent lisibles, permettant ainsi à ta vidéo de continuer à tourner en boucle. C'est génial pour l'algorithme.
- [ ] I**nteragis asc ton public :** réponds aux commentaires et aux questions sur tes Réels. Cela favorise non seulement la communauté, mais augmente également la visibilité de ton Réel. Utilise des outils d'automatisation pour t'aider et gagner du temps.
- [ ] **Analyse et adapte-toi :** utilise Instagram Insights pour suivre les performances de tes Réels. Prends note de ce qui fonctionne et affine ta stratégie en conséquence.
- [ ] **Sois authentique :** l'authenticité résonne. Sois toi-même et ton public sera plus susceptible de s'engager et de donner suite à ton appel à l'action.
- [ ] **La cohérence est la clé :** une publication régulière augmente tes chances de réussir. Essais de publier au moins 4 à 5 fois par semaine pour maintenir l'engagement de ton public et attirer de nouveaux abonnés.
- [ ] **Promotion croisée :** ne limite pas tes Réels à Instagram. Partage-les sur d'autres plateformes sociales et même dans tes newsletters par e-mail pour maximiser la portée.

STORIES INSTAGRAM

Publier des stories Instagram est un élément de ta stratégie marketing que tu ne veux pas ignorer !

Les personnes qui regardent tes stories s'intéressent à toi et à ce que tu as à offrir ! Je les appelle les « leads les plus chauds ».

Je recommande d'apparaître dans tes stories et de partager des éléments tels que :

- des mises à jour sur tes ventes,
- des captures d'écran des messages/témoignages entrants,
- ou même simplement un aperçu de ta vie quotidienne.

Ce sont tous d'excellents moyens d'établir une connexion asc ton public.

Si tu ne sais pas trop quoi partager ou comment mettre en page tes stories, commence à observer les stories d'autres propriétaires d'entreprise sur Instagram pour voir comment ils utilisent les leurs. Et bien sûr, n'hésite pas à consulter les miennes pour t'inspirer également !

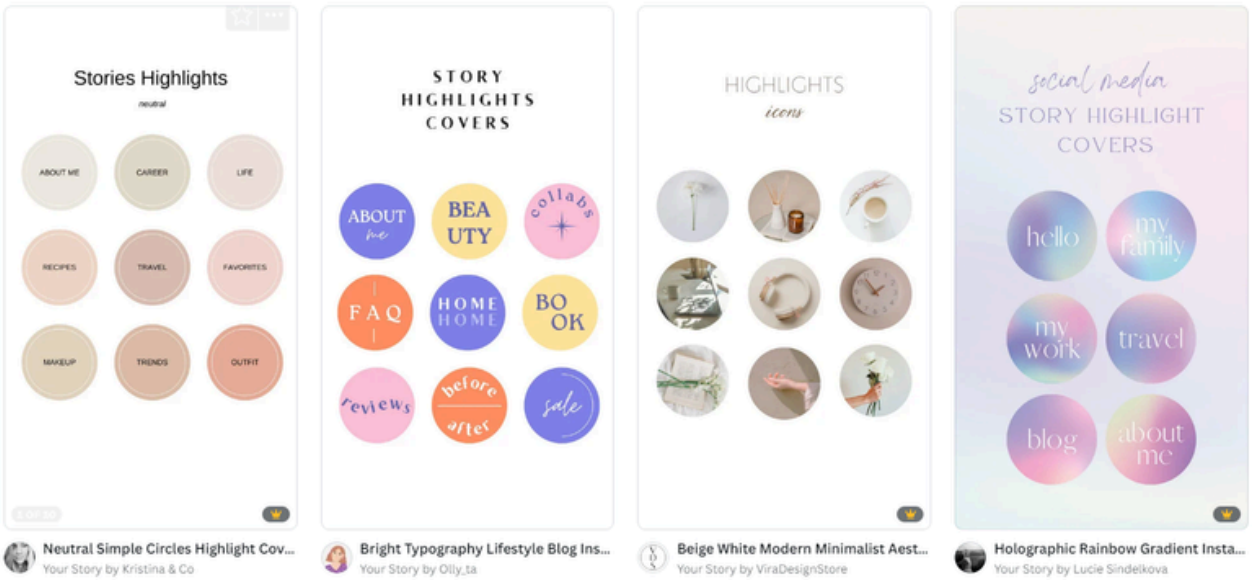
Une fois que tu auras commencé à publier des stories qui peuvent être utiles à ton public, tu souhaiteras créer des faits saillants pour ton profil.

Je recommande d'avoir des faits saillants pour des choses comme :

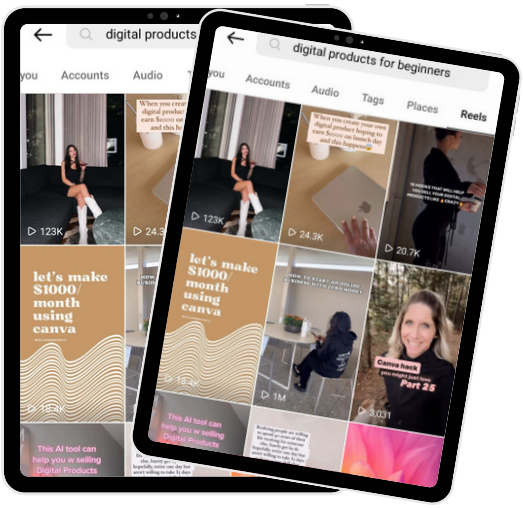
- Tes résultats ton histoire/ton pourquoi,
- FAQ,
- Informations sur ton cadeau
- Informations sur ton produit numérique
- Témoignages

CONSEIL

Tu peux utiliser Canva pour créer tes propres couvertures Highlight asc les couleurs de tamarque, ou en acheter pour quelques dollars sur Etsy en recherchant « Highlights Instagram » !



Besoin d'inspiration ? Si jamais tu es à court d'idées, n'hésite pas à parcourir Instagram pour t'inspirer d'autres créateurs de ta niche. Tu as peut-être remarqué que les gens se modèlent souvent les uns les autres - et ce n'est pas gras à condition de ne pas copier mot pour mot !



Sur la page suivante, j'ai inclus quelques idées d'stories que tu pouve utiliser !

Aide-mémoire
IDÉES DE STORIES INSTAGRAM

- Partage pourquoi tu as démarré ton entreprise
- Partage ce qui a inspiré ton image de marque ou ton nom
- Partage ce qui a inspiré un certain produit
- Partage tes valeurs fondamentales et pourquoi elles comptent pour toi
- Partage ta mission et pourquoi ton public en fait partie
- Partage une avancée majeure réalisée par un client
- Partage ton histoire de transformation, avant – pendant – après
- Partage une difficulté ou une lutte et comment tu l'as surmontée
- Partage une erreur que tu as commise et ce que tu en as appris
- Partage une histoire sur quelque chose qui s'est passé cette semaine
- Partage une leçon que tu as apprise cette semaine et comment cela peut les aider également
- Partage une idée fausse courante sur toi-même ou ta marque
- Partage quelque chose sur lequel ton public cible s'identifiera
- Partage un changement de mentalité que tu as eu lors de l'utilisation de ton produit
- Partage une histoire drôle ou quelque chose qui t’as fait sourire
- 3 conseils pour t’aider _____
- 5 outils pour t’aider_____ Démystifier un mythe de l'industrie
- Partage une statistique choquante liée à ton secteur
- Partager un tutoriel
- Partage un hack permettant de gagner du temps lié à ton secteur d'activité
- Partage un hack pour économiser de l'argent lié à ton secteur
- Interviewer un autre expert du secteur

Aide-mémoire
IDÉES DE STORIES INSTAGRAM
Suite

- Fais une séance de questions-réponses répondant aux principales questions de l'industrie
- Relève un défi de 7 jours en partageant des connaissances chaque jour
- Crée un message « Demande-moi n'importe quoi » et réponds dans les commentaires
- Partage les meilleurs sites Web du secteur pour t’aider
- Partage les meilleurs livres à lire dans ton secteur
- Partage les meilleurs podcasts à écouter dans ton secteur
- Partage des applications utiles dans ton secteur
- Explique pourquoi quelque chose est ainsi dans ton secteur
- Partage un ou deux faits historiques liés à l’industrie
- Partage les erreurs à éviter dans ton secteur
- Partage une liste de contrôle pour quelque chose lié à l'industrie
- Partager les avis des clients
- Partage une storie de transformation client (de ton point de vue)
- Partager le contenu généré par les utilisateurs (par exemple, unboxing)
- Faire une démonstration du produit / démonstration de son fonctionnement
- Faire une comparaison de produit avec un concurrent
- Partage des conseils sur la façon de tirer le meilleur parti de ton produit
- Partage une façon unique et inattendue d'utiliser ton produit
- Partage ce qui rend ton produit unique
- Partage ce que les clients disent qu'ils préfèrent à propos de ton produit et pourquoi

Aide-mémoire

IDÉES DE STORIES INSTAGRAM

Suite

- Demande à un ami/étranger de faire une évaluation impromptue du produit
- Fais une visite guidée du produit (montre tout ce que tu proposes)
- Demander des commentaires sur les produits
- Partage un avant et un après l'utilisation de ton produit
- Partage une idée fausse courante sur ton produit
- Résoudre une objection courante concernant l'utilisation de ton produit
- Partage comment ton produit fait gagner du temps aux gens
- Partage comment ton produit permet réellement aux gens d'économiser de l'argent
- Montre à quoi ressemblerait la vie avec ton produit
- Montre à quoi ressemblerait la vie SANS ton produit
- Partage une citation ou une pensée de motivation
- Appèle ton client cible en décrivant ce qu'il recherche
- Crée du contenu « pertinent » basé sur une frustration de l'industrie ou un moment amusant
- Présente visuellement ta communauté et ce que tu représente
- Partage une pensée aléatoire asc laquelle ton client cible serait d'accord
- Appele un problème de ton client cible et résolve-le
- Montre à quel point tu ressembles à ton client cible
- Partage une histoire de motivation sur un client
- Partage ton souvenir préféré d'un client/de ton entreprise
- Montre comment tes clients sont connectés les uns aux autres
- Partage tes créateurs ou experts préférés à suivre dans l'industrie
- Organise une rencontre de l'industrie (virtuelle ou en personne)

Aide-mémoire

IDÉES DE STORIES INSTAGRAM

Suite

- Partage une opinion impopulaire avec laquelle ton client cible serait d'accord
- Partage un fait inhabituel ou inconnu sur ta communauté
- Partage quel produit quelqu'un devrait acheter en fonction de ses caractéristiques
- Partager une étape importante dans ton entreprise ou ta communauté
- Montre comment tu améliore ta communauté environnante
- Explique pourquoi quelqu'un voudrait faire partie de ta communauté



Chapitre 10

IL EST TEMPS DE COMMENCER !

IL EST TEMPS ALLER!

Yeah ! Tu as atteint la phase de lancement, ce qui signifie qu'IL EST TEMPS !

Une fois que tu as confirmé tes produits, ton Stan Store, tes flux de courrier électronique (facultatif) et ton Instagram fonctionnent tous correctement et sont configurés correctement, tu souhaiteras lancer officiellement ton produit et commencer à en faire la promotion.

Voici quelques choses amusantes que tu pourrais faire pour augmenter les ventes avec ton lancement :

Fais un court PRÉ-LANCEMENT où tu commenceras à laisser entendre sur ton Instagram que quelque chose de nouveau et de génial arrive. Crée un compte à rebours. Invite des personnes à t'envoyer un message gratuit pour ce cadeau s'il est déjà prêt.

Attise le battage médiatique !

Propose une promotion de lancement ou un « tarif de lancement » spécial. Tu pourrais le proposer à ton public pendant environ une semaine et en faire la promotion à la fois sur IG et dans tes e-mails gratuits. N'oublie pas de parcourir ces e-mails une fois la promotion de lancement terminée pour supprimer les sections dans lesquelles tu le mentionne !)

Crée du battage médiatique 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 pourras CONTINUER à le faire même APRÈS la fin du lancement !)

N'oublis pas de pousser ton outil gratuit (cadeau) !
Même si les gens ne sont pas prêts à acheter maintenant, tu pourras toujours les inscrire sur ta liste de diffusion en leur offrant ton cadeau et les nourrir par courriels jusqu'à ce qu'ils soient prêts à acheter au fil du temps.

Je suis TELLEMENT fière de toi d'être arrivé jusqu'ici !
Beaucoup de gens parlent, mais ils ne passent pas à l'action !
As-tu une idée de ce que tu viens de faire ?
Tu viens d'affirmer que ton temps vaut plus qu'un 9-5 sans issue.
Ta famille vaut plus qu'un week-end de 2 jours.
Ta vie vaut la peine d'être vécue ! BRAVO!

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 !

PATIENCE - CONSTANCE - PERSÉVÉRANCE

PS : Entretien ton ÉTAT D'ESPRIT, c'est super important !

CONNECTE-TOI SUR INSTAGRAM
Envois-moi un message sur IG @la_boite_a_outs_business_demi pour poser des questions ou me faire savoir comment les choses se passent.
J'aimerais célébrer avec toi !



Salut,

je m'appelle Emi, française expatriée au Québec depuis plus de 20 ans, j'ai 40 ans et suis maman d'une petite fille de 7 ans, et enceinte de mon deuxième.

J'ai longtemps travaillé dans le domaine du marketing dans des agences, de grandes entreprises ou pour mes propres projets. Je me suis lancé dans le marketing digital et la vente de produits digitaux pour pouvoir respirer financièrement, avoir la liberté de profiter de mes enfants comme je le souhaite, et voyager davantage pour aller voir ma famille en Martinique et en France.

Bref, je veux avoir le choix et la liberté de vivre et de prendre soin de moi et de ma famille, tout en m'épanouissant professionnellement!

Et toi ?

xx Emi





