

PLANNING 60 jours

Lancer ton
business en ligne
étapes par étapes
RAPIDEMENT



Planning pas-à-pas pour lancer ton business
et construire un système complet
qui tourne tout seul

Pourquoi vendre en ligne ?

Vous êtes peut-être à un moment charnière de votre vie, et vous sentez que c'est le moment pour créer quelque chose. Une **nouvelle orientation à prendre** pour changer de mode, se prouver que l'on n'est pas seulement bon à rien, et changer d'air tout simplement. Alors dans ces moments là, on peut changer de travail, quitter son ancien boulot, passer quelques entretiens, faire jouer son réseau et intégrer une nouvelle équipe dans une nouvelle entreprise.

Sauf que certains d'entre nous ne trouvent pas de travail, tout simplement parce que leur parcours ne les a pas assez valorisés, qu'ils n'ont pas une expertise particulière et que le travail ne se trouve pas "sous le sabot d'un cheval" ! D'autres ne sont juste pas taillés pour le travail en tant que salarié et apprécient leur liberté d'emploi du temps, le fait de ne pas avoir de patron et qu'ils gardent un instinct d'aventurier dans l'âme.

Pour tous ceux là, voici le planning 60 jours :

COMMENT GAGNER DE L'ARGENT EN LIGNE AVEC ZERO EXPERIENCE ?

PLANNING 60 jours

Jour 1 à 30

1

1 - Détermine ton idée et valide-la

Voici 3 questions qui vont t'aider à valider ton idée :

2

- pourquoi les gens auraient recours à mon service ou achèteraient mon service ?

3

- Fais la liste précise des avantages et faiblesses de ton produit/service

4

- quels sont les concurrents présents sur le marché, comment ont-ils commercialisé cette idée ?

Remplis le questionnaire de positionnement

5

2 - Travailles sur ta cible

Ton produit doit répondre à un besoin réel.

Mais, parfois les besoins sont cachés derrière les émotions. Ainsi, vendre un bijou peut répondre à un besoin esthétique lié à la confiance en soi ou tout simplement à l'envie d'être belle lors d'une soirée.

7

Tu peux prendre le temps de te questionner sur les émotions qui se manifestent lorsqu'une personne a envie d'acheter ton produit/service.

8

Je te conseille de questionner ChatGPT et notamment le GPT nommé "Therapist/Psychologist-fictional. Not-real therapy "

9

10

PLANNING 60 jours

Jour 1 à 30

11

3 -Détermine un personal branding

Une grande marque est une marque reconnue par les gens en quelques secondes :

- la police de texte
- les couleurs
- le ton utilisé
- le style général

13

On appelle cela la charte graphique. Elle se retrouve dans le site web, les publications sur les réseaux, le logo, les emballages, les objets personnalisés... Cela porte ton identité , et cela doit être en adéquation avec toi-même !

14

4 - Ton produit, c'est comme ton enfant

Maintenant faisons un petit exercice : tu dois être capable d'expliquer ce qu'apporte ton produit en quelques mots , soit l'équivalent d'un paragraphe, en un temps réduit : 1 minute environ. Car c'est le temps de concentration dont les gens font preuve si ils te rencontrent dans une réunion de réseautage professionnel. Et en des termes compréhensibles par un enfant de 8 ans !

16

17

Normalement tu connais ton produit sur le bout des doigts, comme ton enfant, et tu dois pouvoir en parler en quelques minutes, mais aussi pendant très longtemps !

18

19

5 - Choisis tes réseaux sociaux et ouvres tes comptes

Petit rappel, tu n'as pas besoin d'être présent sur tous les réseaux, car ils sont destinés à des audiences différentes. Choisis selon ton audience cible en priorité, et n'oublies pas d'ouvrir un compte "perso" et un compte "pro".

20

PLANNING 60 jours

Jour 1 à 30

21

6 - Crée ton site web

Il est essentiel d'avoir un site web qui sera comme ta MAISON. Car imagines que les réseaux changent leur algorithme, qu'ils deviennent payants ou bien qu'ils soient même interdits (ce qui a été le cas pour Tik Tok pendant 72 heures aux USA) . Tu ne dois pas "mettre tes oeufs dans le même panier", et avoir ton site web.

22

Plusieurs solutions s'offrent à toi :

23

- si tu décides seulement de vendre des objets, un site e-commerce est tout indiqué.
- si tu veux simplement monétiser une newsletter, tu peux aller sur Substack
- si tu veux mettre en place un tunnel de vente, vas sur System.io
- En bref, étudies bien les différentes solutions pour choisir celle qui convient à ton produit/service.

24

25

7 - ton étude de mots-clés

Pour la plupart des activités, la rédaction d'un blog est essentielle pour :

26

- créer des pages qui vont pousser ton référencement dans Google
- répondre aux questions des internautes et donc te rabattre des prospects
- mettre en avant ton expertise

27

Les meilleurs outils pour procéder à cette étude de mots-clés sont :

28

- Ubersuggest
- Answer the public
- -Semrush

29

30

PLANNING 60 jours

Jour 31 à 50

31

8 - Le tunnel de vente : freebie

Un FREEBIE est une ressource gratuite donnée en échange des coordonnées d'une personne. Cela peut-être un PDF, un guide, un tuto, une vidéo...

32

Dans tous les cas, il doit être bien en rapport avec ton produit final et ta cible. Et surtout , en le faisant au début, tu pourras y faire référence dans tes publications sur les réseaux.

33

Le plus simple est de créer un freebie sous forme de PDF sur Canva, en t'aidant des modèles suggérés par la plateforme.

34

9 - Le tunnel de vente : les pages de téléchargement

Quand les gens voudront télécharger ton freebie, tu les renverras sur une page de téléchargement. Cette page contiendra en réalité un formulaire pour collecter les informations suivantes : email et nom de la personne. Une fois les coordonnées remplies, cette personne recevra automatiquement un mail dans lequel il y a un lien de téléchargement. Des plateformes comme KIT font cela très facilement.

35

36

37

10 - Le tunnel de vente : la séquence de mails

Tu auras donc collecté des informations précieuses. Tu peux à présent envoyer une série de mails destinée à déclencher la vente de ton produit/service. Dans la grande majorité des cas, cette séquence est constituée de 6 emails, envoyés à 2 jours d'intervalles chacun. Ils doivent présenter ton produit, parler des émotions du prospects et des avantages qu'il va retirer à acheter ton produit, à donner des témoignages, à expliquer comment on se sert de ton produit, et enfin à éventuellement proposer une promotion pour l'achat de ton produit si il n'a pas acheté avant le 6me email.

38

39

40

Dans tous les cas, achat ou pas, tu le fais rentrer dans une liste qui est celle de ta newsletter pour informer des nouveautés.

PLANNING 60 jours

Jour 31 à 50

41

11 - Le tunnel de vente : upsell et downsell

Lorsqu'une personne va se laisser tenté à acheter ton produit, elle atterrira sur ta page de vente.

42

La page de vente est une landing page qui va expliquer en détail les avantages de ton produit et ses caractéristiques, présenter des boutons d'appel à l'action clairs et donner des témoignages sur d'autres utilisateurs de ton produit.

43

Quand la personne a acheté ton produit, tu as la possibilité d'augmenter le panier en proposant un upsell ou un downsell. Ce sont des produits complémentaires soit plus chers ou moins cher proposés au moment du règlement. Ainsi, la personne n'a plus qu'à cliquer simplement sur une case pour ajouter un ou plusieurs produits qui augmenteront la somme dépensée.

44

45

Pour être plus efficace, tu peux utiliser le sentiment d'urgence (promotion valable seulement 72heures) ou bien la rareté (plus que 3 produits en stock)

46

47

12 - La newsletter

La newsletter va te permettre de garder le lien avec tes clients. Tu as le choix entre plusieurs façons de faire :

48

la newsletter d'information : un récapitulatif des nouveautés et de la vie de l'entreprise

49

la newsletter de vente type discussion ou texte très personnel qui amènera à une vente avec une structure de ce type :

- problème
- le mécanisme unique (avantage du produit)
- mécanisme de transformation
- l'action

50

PLANNING 60 jours

Jour 51 à 60

51

13 - Les réseaux sociaux

Lorsque vous aurez choisi vos réseaux, il faudra prévoir de publier. Dans tous les réseaux la règle d'or est la même : il faut publier de manière régulière et sans interruptions pour avoir un effet. Les réseaux, c'est une question d'endurance, de temps c'est un marathon, pas un sprint !!

52

53

Il s'agira donc de construire une communication sur le long terme et de manière régulière. Sur Instagram, la bonne fréquence est entre 3 et 5 fois par semaine. Sans compter les stories. La seule et unique manière de tenir cette fréquence, c'est de créer un planning à l'avance.

54

55

14 - Les réseaux sociaux : le planning

Pour créer un planning, le meilleur moyen est :

- lister les piliers de contenu
- reprendre les avantages du produit
- mettre en avant les émotions des prospects
- mettre en avant la vie de l'entreprise, ou ta propre vie
- utiliser le storytelling (pourquoi on fait ça, d'où est-on parti ?...)
- mettre en avant les avancées, les témoignages des utilisateurs...

56

57

58

il est tout à fait possible de programmer son planning pour 1 mois à l'avance directement sur les réseaux ou pour 3 mois en utilisant un outil comme Metricool (mon préféré).

59

60

Comme tu as réalisé tes freebies et tes pages de vente précédemment tu vas pouvoir insérer des liens dans ta bio ou même dans les posts, mais pas tous les posts pour ne pas être banni !

PLANNING 60 jours

Jours suivants

61

15 - La psychologie des acheteurs

Il est vraiment utile d'utiliser les émotions du prospect pour vendre plus et mieux :

62

- on peut parler des ses propres émotions pour créer un lien et un processus d'identification a par les prospects et déclencher la vente. L'acheteur doit pouvoir s'identifier ou faire confiance en ta personne ou ton expertise.

63

64

- on peut aussi parler des émotions du prospect avant l'achat. Les publications doivent avoir comme objectifs de démontrer que ton produit est une solution. Ainsi, on peut utiliser un script de ce type sur ChatGPT :

65

Je m'appelle XXXX et voici mon parcours pro et perso . Je souhaite proposer XXXXX pour aider les gens à XXXX. Ces gens sont des gens qui veulent XXXX Je cherche à comprendre les émotions profondes qui vont déclencher l'envie d'acheter XXXX. Selon toi, quels sont leurs émotions profondes ?

66

67

Peux tu me donner 30 idées de stories qui s'appuient sur ces émotions et qui mettent en avant mon expertise.

68

16 - La communication HUMAINE

Utiliser ChatGPT permet d'aller plus vite, mais surtout, il ne faut pas évacuer complètement le contact humain et la communication plus naturelle.

69

La vente par freebie et avec un tunnel est essentiel, mais l'utilisation des messages, de la vente "conversationnelle" revient en force car les gens sont attachés à la personnalité derrière le produit acheté.

70