

EBOOK

CRÉE LA
COMM
QUI TE
RESSEMBLE



LES BASES D'UNE
COMMUNICATION DIGITALE
ALIGNÉE ET SOLIDE

WWW.COMMPOURTOI.FR

INTRODUCTION

Tu es en train de boire ton café

Là, entre deux publications d'amis, Facebook te propose une pub : « La méthode infallible pour augmenter ta visibilité sur le net », puis une autre, un peu plus loin : un webinaire qui te présente « 5 clés pour augmenter ton nombre d'abonnés », ou simplement « Comment devenir leader de ton marché » ...

Tu écoutes les propositions, mais tu sens que ça coince.

Beaucoup de choses, laquelle est juste, laquelle choisir ?

Tu te demandes comment revenir à une communication **plus alignée, authentique**, qui te permet de **créer une communauté et trouver des clients** que tu kifferas d'accompagner.

Comment faire ?

On va justement en parler !

QUI SUIS-JE ?

Je suis Delphine Meyer, créatrice de visibilité pour les entrepreneures du bien-être.

J'accompagne, conseille et forme grâce à des astuces concrètes et applicables tout de suite, les entrepreneures créatives et intuitives œuvrant dans le domaine du bien-être.



Je crois que tu es l'ingrédient numéro 1 de ta communication et que c'est par le cœur que ta comm' doit passer en premier !

Toutes les méthodes, stratégies, astuces, tous les outils doivent s'adapter à qui tu es vraiment, et pas l'inverse.

Je pense que tu es tout à fait capable de bien communiquer sur tes offres, il suffit que tu OSES.

La communiquer sur ton business doit être un plaisir et pas une charge !

C'EST QUOI UNE COMM' QUI TE RESSEMBLE ?

La communication sur le web fait partie pleinement du développement de ton activité et de son rayonnement.

Aujourd'hui, on est littéralement assaillis de techniques, méthodes, clés pour faire prospérer son business sur Internet rapidement.


Le problème, c'est qu'on entend tout et son contraire.

Alors que faire ? Comment être sûr d'utiliser les bons mots pour attirer les bons clients ?

Comment arriver à se différencier dans la masse ?

Il existe de nombreuses techniques de communication, chacune est efficace et a fait ses preuves, mais peut-être qu'elles ne te correspondent pas à toi.

Alors comment savoir ce qui te correspond ?
Comment être sûr que ce que tu fais est bien ?



Il y a certes des trucs et astuces à savoir, mais aujourd'hui je vais t'inviter à mettre de côté toutes les techniques, pour créer la comm' qui te ressemble, la comm' faite pour toi !

Dans cet e-book, je vais te proposer les bases, les piliers à mettre en place.

Les bases, c'est la fondation, c'est ce qui fera une comm' plus solide et plus stable.

Parce que tu as sûrement envie de te sentir à l'aise et confiante.

D'avoir cette communication qui vibre en toi.

Déjà, voyons ensemble les erreurs que l'on peut faire quand on commence sa communication sur le web.



- 1 -
**LES
ERREURS**

PENSER QU'IL N'Y A QU'UNE SEULE BONNE MÉTHODE QUI MARCHE

Si tu dois retenir UNE chose de cet e-book, une seule, c'est celle-ci :

il n'y a pas qu'une seule technique de comm', une seule technique pour vendre, pour développer ton activité, pour augmenter ta visibilité, il n'y a pas de méthode unique !

Toutes les méthodes qu'on te propose, aussi infaillibles soient-elles, peuvent potentiellement ne pas marcher. Il n'y a pas qu'une seule bonne manière de faire !

Étant donné que nous sommes tous différents, nous absorbons l'information de manière différente. Nous n'avons pas tous les mêmes besoins en termes de communication, ni dans la façon de communiquer ni dans la façon de recevoir l'information.

Et une fois que tu as compris ça... respire ! Et fais simple (sauf si tu as envie de te compliquer la vie).

Et maintenant, tu peux te détendre et lâcher la pression du « bien faire ».

OUBLIER QU'IL Y A UNE PERSONNE DERRIÈRE SON ORDINATEUR

Ça, c'est l'erreur la plus commune.

Combien de mails **sans âme** (très scolaires et remplis de stratégies marketing) arrivent dans ma boîte de réception ! Et depuis le développement de l'IA c'est pire.

Beaucoup, à vouloir faire passer l'information absolument, oublient à qui ils s'adressent : à un être humain avec son histoire et ses émotions.

Pas à un robot !

Imagine si tu communiquais de la même façon dans la rue, à la boulangerie ou même avec un client potentiel, **tu prendrais le même sérieux, le même ton ?**

Je t'invite à méditer là-dessus.



FAIRE COMME TOUT-LE-MONDE ET S'EMPÊCHER D'ÊTRE SOI

"Pourquoi tu es sur TIKTOK ?

- Car j'ai entendu que c'est là qu'il faut être ?

"Pourquoi tu partages des citations sur Facebook ?"

- Car j'ai lu que c'est qu'il fallait faire, ça marche bien....

Je continue ?

Il y a des stratégies à la mode, des réseaux à la mode, mais qui ne te correspondent pas forcément ou qui ne correspondent pas à tes clients !

Toutes les stratégies, réseaux, outils, sont à adapter à ton activité et à ta communauté.

Rappelle-toi, si tu fais comme tout le monde en te disant « c'est LE truc à faire », tu vas faire du tout-le-monde !

Sauf que tu es unique, ton business est unique, tes offres sont uniques, ta comm' est donc unique. Fais preuve de créativité !

NE PAS CONNAÎTRE SA COMMUNAUTÉ

Aujourd'hui il existe de nombreux outils qui te permettent d'en savoir plus sur tes abonnés.

Les réseaux sociaux, et pour aller plus loin, Google Analytics, vont te donner la possibilité d'analyser tes statistiques.

Il est essentiel que tu connaisses ta communauté pour leur parler de ce qu'ils ont besoins (et pas de ce que toi, tu as envie).

Il est également important de publier en fonction, de savoir quelles publications fonctionnent le plus, de savoir par quel moyen les internautes sont arrivés sur ton site, ce qui **te permettra d'adapter ta comm' et de la réajuster.**

Il est donc important de suivre tes statistiques et de tester plusieurs types de contenus.

FAIRE LES CHOSES AVEC OBLIGATION, SANS PLAISIR

Je vais te révéler un secret : je n'ai jamais envoyé de newsletter par obligation et qui ne m'aurait pas donné de plaisir à l'écrire.

« Il faut absolument publier sur les réseaux, il faut absolument rédiger des newsletters... »

Et on finit épuisé avec l'envie d'abandonner.

Dans ces fameuses stratégies, certaines sont très énergivores.

Si tu te forces, tu vas te fatiguer et tu vas droit vers le découragement.

Attention, je ne te dis pas de procrastiner ni de ne pas sortir de ta zone de confort, je te dis d'aller là où tu ressens du plaisir dans ta comm' et de trouver le juste équilibre pour toi.

Connecte-toi à ton cœur et ressens la vibration et le plaisir viendra.

**Avant de mettre en place
une stratégie/méthode,
pose-toi ces questions :**



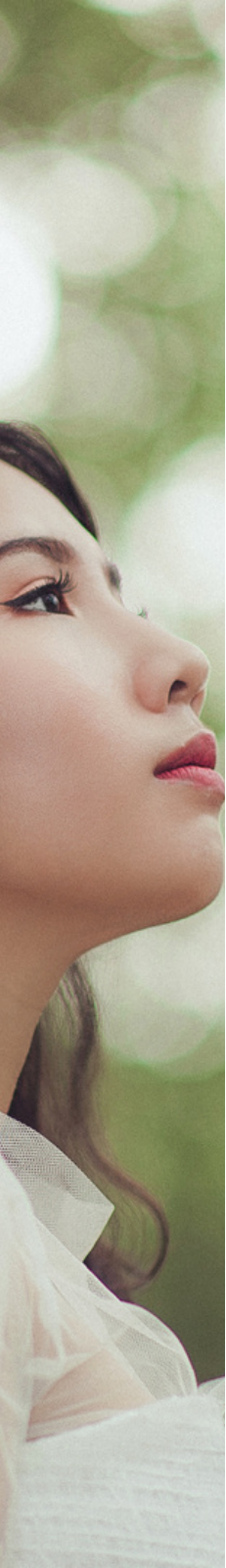
**Est-ce qu'elle
correspond à mes
valeurs ?**



**Est-ce qu'elle
correspond à mon
business ?**



**Est-ce qu'elle
correspond à mon
organisation ?**



-2-
TON
PERSONNAL
BRANDING

Maintenant que nous avons vu ensemble les fausses croyances autour de ta communication, je vais t'accompagner à créer ta comm' qui te ressemble.



LA DEUXIÈME ÉTAPE, C'EST TOI !

Dans ton business, il y a ton client, certes, mais surtout toi, c'est pour ça que l'on parle de TON entreprise, pas celle de ton client.

Dans la communication, nous sommes au moins deux : Toi et ton/tes clients.

Nous allons donc parler de l'identité de ton entreprise, également appelé Branding.

Le branding est souvent associé à l'identité visuelle (couleur/logo/typographie) alors que c'est bien plus que ça !

C'est l'identité globale que tu donnes à ton entreprise : c'est son âme !

Ton expertise, ta comm', les stratégies de développement choisies également. Et l'âme de ton entreprise, c'est toi !

On rêve tous d'attirer ce client idéal.

Mais pour qu'il vienne à toi, il doit aussi avoir un bon feeling avec toi, il doit se reconnaître dans ce que tu lui proposes, il doit se dire waouh, j'adore ce qu'elle fait !

C'est là que ton branding est important, notamment dans ta communication.

Ensemble nous allons parler de toi, de ton énergie.



EXPLORE TA SINGULARITÉ

Ton pourquoi, tes valeurs, ton histoire, tes outils font partis de ta singularité.

Qui es-tu ? Qu'as-tu de différents, d'unique, quelle est ta couleur ?

Inscris ce qui vient





Passé à l'action !



À partir de ce travail, direction les réseaux sociaux !

Eh oui, c'est ça aussi, élargir ta zone de confort pour mettre en œuvre la comm' qui te ressemble.

Attention, je ne te demande pas de faire une liste, mais d'écrire une histoire, ton histoire ! Et d'en parler.

Ton pourquoi, ta vision, tes valeurs font aussi de super publications.

C'est la première étape.



Passé à l'action !



Le branding, c'est compliqué pour toi ?

Tu as du mal à trouver ta singularité ?

À incarner l'âme de ton entreprise ?

Alors je te propose d'en discuter avec moi !

Je t'offre 1/2h en visio avec moi pour comprendre quels sont tes besoins réels.

[Je réserve ma séance](#)



-3-
TON CLIENT

Maintenant on va parler de tes clients et notamment de ton client préféré.



LA TROISIÈME ÉTAPE, TON CLIENT !

Quand j'ai commencé mon job de thérapeute j'ai très vite entendu parler de l'avatar, du client idéal. Et c'était compliqué pour moi de l'imaginer, de le visualiser. Jusqu'au jour où je me suis rendu compte qu'il était déjà devant moi, chez certains clients ! C'est là que j'ai pu commencer à lui vraiment sur les réseaux.

Tu sais, ces personnes avec qui tu adores travailler !

Et bien c'est à lui/elle que tu vas parler !

Peut-être que tu as déjà eu un client génial, ou même plusieurs. Si tu n'en as pas encore vu alors là il va falloir mener l'enquête : comment serait ton client génial, avec qui tu adorerais travailler ? Fais des entrevues, questionne les personnes autour de toi sur leurs problématiques et leurs besoins.

Tu vas le décrire.

Je vais te demander d'être bien précis/e.

Pourquoi ?

Aimerais-tu qu'on te prenne pour Paul ou Séverine ?

C'est bof quand même.

Tu as envie qu'on te prenne en compte, qu'on écoute tes besoins, et qu'on sache qui tu es, non mais ! (#rebellion).

Et surtout qu'on te propose quelque chose qui te correspond !

Plus tu connaîtras ton client génial que tu kiffes plus ce sera facile de lui parler !



DÉCRIS TON CLIENT GÉNIAL

Qui est-il, quelles sont ses valeurs, quelle est sa personnalité, ses problèmes, ses besoins, ses envies !

Plus tu le connais, mieux tu pourras lui parler.

Inscris ce qui vient





Passes à l'action !



Maintenant tu vas choisir un de tes produits ou offre et tu vas écrire une publication juste pour lui, en lui parlant.

Tu vas parler de sa problématique, de ses besoins et ce qui devient possible grâce à ton offre.

Rappelle-toi, fais-simple, imagine que tu prends un café avec lui, que lui dirais-tu ?

Et c'est parti tu peux faire une, deux, trois publications !
Pense à dire comment te contacter (ça peut toujours servir pour trouver des clients...)

Amuse-toi !



-4-
CRÉÉ LA
COMM' QUI
TE
RESSEMBLE


COMMENT ?

Nous avons vu qu'il était important de communiquer en partant de toi, de ton branding, de l'âme de ton entreprise.

Nous avons vu aussi qu'il était important de connaître les problématiques et les besoins de tes clients pour leur parler directement


Maintenant, c'est le moment de trouver ta façon de communiquer.

Voici quelques conseils pour t'aider dans tes publications.



Garde toujours le même style d'écriture. Le style, le ton fait partie de ton branding. Je vois trop souvent des publications, écrites ou en vidéo, des newsletters, qui passent de familières à sérieuses surtout quand il s'agit de vendre.

Peu importe l'objectif de ta publication, garde le même ton.



Écris de manière claire et aérée.
Préfère les phrases courtes. Mets des
espaces, des émojis, des formes, bref
rend ta comm' vivante.



Soigne le début, la fameuse accroche,
c'est important. C'est ce qui te permet
de donner envie de lire ta publication.

Et pose-toi la question : **est-ce que je
le lirais en entier ce que je viens
d'écrire ?**

Attention aux fautes d'orthographe.

Soyons claire, on en fait tous et moi la
première avec ma foutue dyslexie !



Si les fautes peuvent être ponctuelles
(assume-les !), un texte rempli de
fautes est dur à lire.

C'est la réalité hélas !

Utilise des correcteurs
orthographiques comme
<https://www.scribens.fr/> ou
<https://bonpatron.com/fr>



Mets toi à la portée de ton lecteur ou auditeur.

Évite le jargon de ton expertise ou sinon explique ce que cela signifie.

Utilise des mots simples, clairs. Et parle concret !

Donne des exemples vécus tirés de ton histoire et/ou de l'histoire de tes clients.

Tu ne parles pas à un collègue qui est dans le même domaine que toi, tu parles à quelqu'un qui veut des réponses.

Si c'est du blabla on ne te lira/ n'écouterà pas ! (Et ça rime ! Rhooo, c'est beau).



Communique, entraîne-toi, il n'y a pas d'erreur !



Tu peux réajuster au besoin ! Réfléchir oui !

Mais à un moment donné, il faut y aller !



Passé à l'action !



Écrire des publications vraiment impactantes, cela s'apprend.

Nous avons vu les bases.

Maintenant, pour aller plus et créer des publications qui serviront vraiment ton business, découvre la formation publications impactantes.

Grâce à cet ebook, tu as même le droit à **un tarif spécial**, top n'est-ce pas ?

[Profite du cadeau](#)

OÙ ?

Bon maintenant que nous avons vu les bases d'une comm' qui te ressemble et qui ne ressemble pas à ton voisin de page Facebook, nous allons faire un point réseau social.

Déjà deux "règles" simples et logiques :

↪ Qu'est-ce que tu aimes, qu'est-ce qui est facile pour toi ? (Faire, des visuels, faire des visuels, écrire).

DONC TOI, TON BRANDING.

↪ Communique là où sont tes clients, d'où l'importance de bien les connaître. Par exemple si tu parles à des femmes de 50 ans, évite Tik Tok.

DONC L'AUTRE, TON CLIENT GÉNIAL.



QUELS RÉSEAUX ?

- ★ **Facebook** pour créer du lien.
Facebook n'est pas mort, loin de là ! Mais n'y passe pas trop de temps non plus dessus.
- ★ **Instagram** si tu es plus visuelle et créative (et que tu aimes raconter ta vie, comme moi). C'est un réseau très "codé" et des "règles de publication" qui lui sont propres. Les reels (vidéos courtes) trônent en maître mais ce n'est pas obligatoire.
- ★ **Twitter—X** si tu aimes aller à l'essentiel. Beaucoup d'écrits, très concis. Idéal pour mettre tout ce qui te passe par la tête.
- ★ **YouTube** ou **Pinterest** si tu es créatrice de contenu. YouTube pour les vidéos, Pinterest pour le blog (et tu peux associer les deux). Il a aussi ses règles, mais tu les maîtrises, c'est du trafic assuré #legraal !
- ★ **Linkedin** pour étendre ton réseau pro. C'est le réseau social professionnel. Beaucoup désertent Facebook pour LinkedIn. Si ton client cible est un professionnel alors GO !



-5-
PASSE À
L'ACTION

À TOI DE JOUER !

Maintenant, tu as les premières bases pour créer une comm' qui te ressemble.

À toi de jouer !

Oui, j'insiste, amuse-toi !

Essaie, teste ce qui marche et ce qui ne marche pas !

Prends ça comme un jeu !

Et surtout, prends du plaisir à échanger avec ta communauté, avec tes futurs clients !

Ils le sentiront, le lien se créera naturellement

Comme je te l'ai indiqué, nous avons vu les bases : de ton branding et de ton client préféré avec qui tu adores travailler.

Parler de toi te rendra plus humaine et permettra aussi de créer du lien.

Tes lecteurs se reconnaîtront. Parler de ton client préféré, réponds à ses questions te permettra de l'attirer à toi.

★ Passe à l'action ! ★

Tu souhaites aller plus loin, ?

Tu souhaites aller plus loin, continuer à gravir les marches, augmenter ta visibilité en gagnant du temps avec plus de stratégie et de structure, en restant toujours authentique et connecté à ton cœur et à ton âme ?

Réserve ta séance clarté.

1/2 h offerte pour faire le point sur ta comm' et les axes de transformations que tu vas pouvoir y amener.

[Je réserve ma séance](#)



**À TRÈS VITE
ET
RAPPELLE-
TOI :
KIFFE TA
COMM' !**