



# SERIAL BOOK SELLER

*Oum Adam – Ummaty Books*

## SÉANCE 2

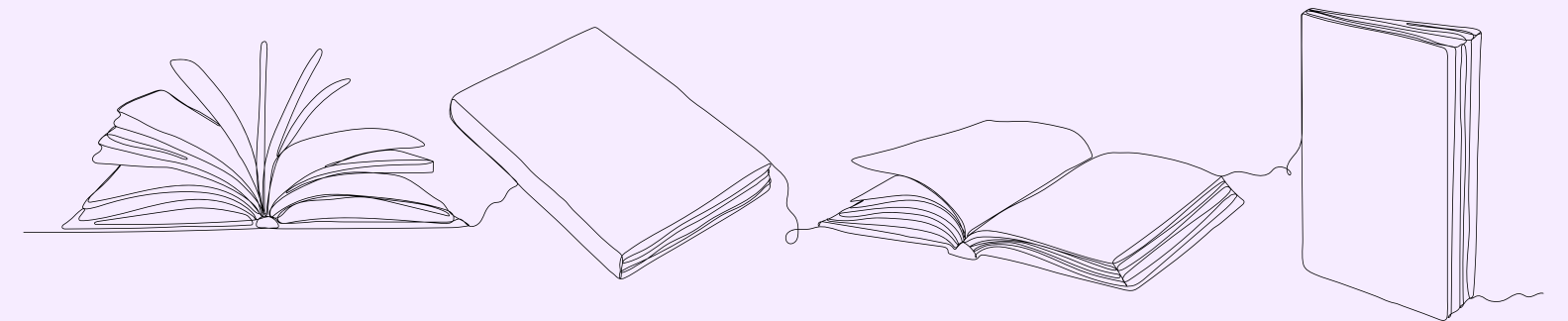
---

# Pré Requis pour le succès :

*Les éléments essentiels d'un livre qui cartonne*



Oum Adam — Ummaty Books



# PARTIE 1

CONNAÎTRE SON MARCHÉ  
(ET SON CLIENT IDÉAL)  
SUR LE BOUT DES DOIGTS

# Connaître son client idéal

**À qui s'adresse ton livre ?**

*Ton livre ne doit pas s'adresser à tout le monde.*

*Dans ce cas, il ne parlera à personne.*

# Connaître son client idéal

## À qui s'adresse ton livre ?

*Ton livre ne doit pas s'adresser à tout le monde.*

*Dans ce cas, il ne parlera à personne.*

*Plusieurs questions à se poser en amont :*

→ Qui a besoin de ce livre ?

→ Quel problème règle-t-il ?

→ Quelle émotion apporte-t-il ?

→ Dans quelle catégorie le lecteur le rangerait ?

# Même sujet.

*Communication totalement différente.*

Un livre sur l'organisation

Mamans "solo"  
débordées

Entrepreneures  
multipotentiels

Étudiants désorganisés  
qui veulent réussir

Femmes salariées et  
mamans

## EXERCICE

*Décris ton lecteur idéal :*

*âge · situation · frustrations · envies · ce qu'il tape sur Google à 23h en détresse · ce dont il rêve sans se l'avouer*

# *PARTIE 2*

SE CONNAÎTRE SOI-MÊME  
POUR MIEUX COMMUNIQUER  
AVEC SON AUDIENCE



# Se connaître soi-même pour mieux communiquer

Ton marketing doit ressembler à ta personnalité.

Ta personnalité est un filtre naturelle pour attirer une audience qui te correspond

---

# Se connaître soi-même pour mieux communiquer

Ton marketing doit ressembler à ta personnalité.

Ta personnalité est un filtre naturelle pour attirer une audience qui te correspond

---

**Militante / Discrète**

**Intellectuelle / Populaire**

**Cash / Douce**

*Tu n'as pas besoin de jouer un rôle. Les auteurs marquants ont une signature.*

## Anti Client Idéal :

*Qui ne veux-tu absolument pas avoir comme lectrice ?*

Tu sais que ça ne collera pas avec tes valeurs / ta vision / ta personne

---

### EXERCICE

*Quels sont les compromis que tu ne pourrais jamais faire pour vendre ton livre ?*

*Assumer tes valeurs / ta personnalité / ta mission va amener une "sélection naturelle" et trier ton audience*

# *PARTIE 3*

LES BASES ESSENTIELLES DU  
COPYWRITING POUR LES  
AUTRICES & ÉDITRICES

# Le copywriting, ce n'est pas "forcer"

*C'est l'art de présenter la valeur de ce que tu proposes*

---

# Le copywriting, ce n'est pas "forcer"

*C'est l'art de présenter la valeur de ce que tu proposes*

## A ne pas faire

---

- Rester 100% rationnel
- Être trop générique
- Texte descriptif
- Trop de "je"
- Faire passer 1000 informations

## A faire

---

- Amener de l'émotion
- Parler à son avatar de coeur à coeur
- Mettre en avant les bénéfices
- Plus de "tu"
- Se concentrer sur 1 message / texte

# 4 structures de copywriting à retenir

---

01

**AIDA**

*Attention / Intérêt / Désir / Action*

---

02

**PAS**

*Problème / Agitation / Solution*

---

03

**BAB**

*Before / After / Bridge*

---

04

**FAB**

*Features / Advantages / Benefices*

---



# Exercice de copywriting

Ecris un texte style post Instagram pour présenter ton livre en utilisant **une structure de copywriting** parmi les 4 que nous venons de voir (AIDA, PAS, BAB, FAB)

**5 minutes top chrono !**

# PARTIE 4

FIXER LE JUSTE PRIX EN  
FONCTION DE TA CIBLE

# Fixer le juste prix

Le prix parle pour toi ET de toi

## Trop bas

Tu attires les "gratteurs".  
Tu dévalues ton travail.

## Trop haut

Tu bloques l'achat.  
Tu t'éloignes de ta mission.

## Juste prix

Selon la niche, la promesse,  
la qualité perçue (visuelle,...)

*Ne fixe pas ton prix selon ta peur. Fixe-le selon la valeur perçue.*

# 3 questions à te poser maintenant

01

Qui est ton lecteur idéal ?

---

02

Pourquoi achèterait-il ton livre ?

---

03

Quelle phrase lui donnerait envie de sortir sa CB ?

---

CONCLUSION

# Ta plume est un outil marketing puissant

*Trois piliers pour être juste & efficace dans tes textes marketing :*

*Ton Avatar*

*Ta personne*

*Ton copywriting*

**Prochaine séance →**

*Créer ta marque d'autrice pour la rendre mémorable*

AS-TU DES  
QUESTIONS ?