

FEMME PUISSANTE & VISIBLE

GUIDE  
**DU MARKETING  
NUMÉRIQUE**

TON PLAN ÉTAPE PAR ÉTAPE POUR  
LANCER TON BUSINESS DE PRODUITS  
NUMÉRIQUES

OFFERT

# ÉTAPES RAPIDES

**UN**

## **CHOISISSEZ VOTRE NICHE + VOTRE PUBLIC**

Choisissez un sujet/domaine rentable qui vous passionne (santé, richesse, relations, parentalité, etc.) et un public cible que vous souhaitez aider.

**DEUX**

## **ÉTUDE DE MARCHÉ**

Faites vos recherches et identifiez un problème courant auquel les personnes de votre niche sont confrontées.

**TROIS**

## **CRÉATION DE PRODUITS NUMÉRIQUES**

Achetez un produit numérique DFY (comme celui-ci) ou créez-en un à partir de zéro et personnalisez-le. Ce produit numérique devrait être la solution au problème de votre public cible.

**QUATRE**

## **COMMERCIALISEZ VOS PRODUITS**

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

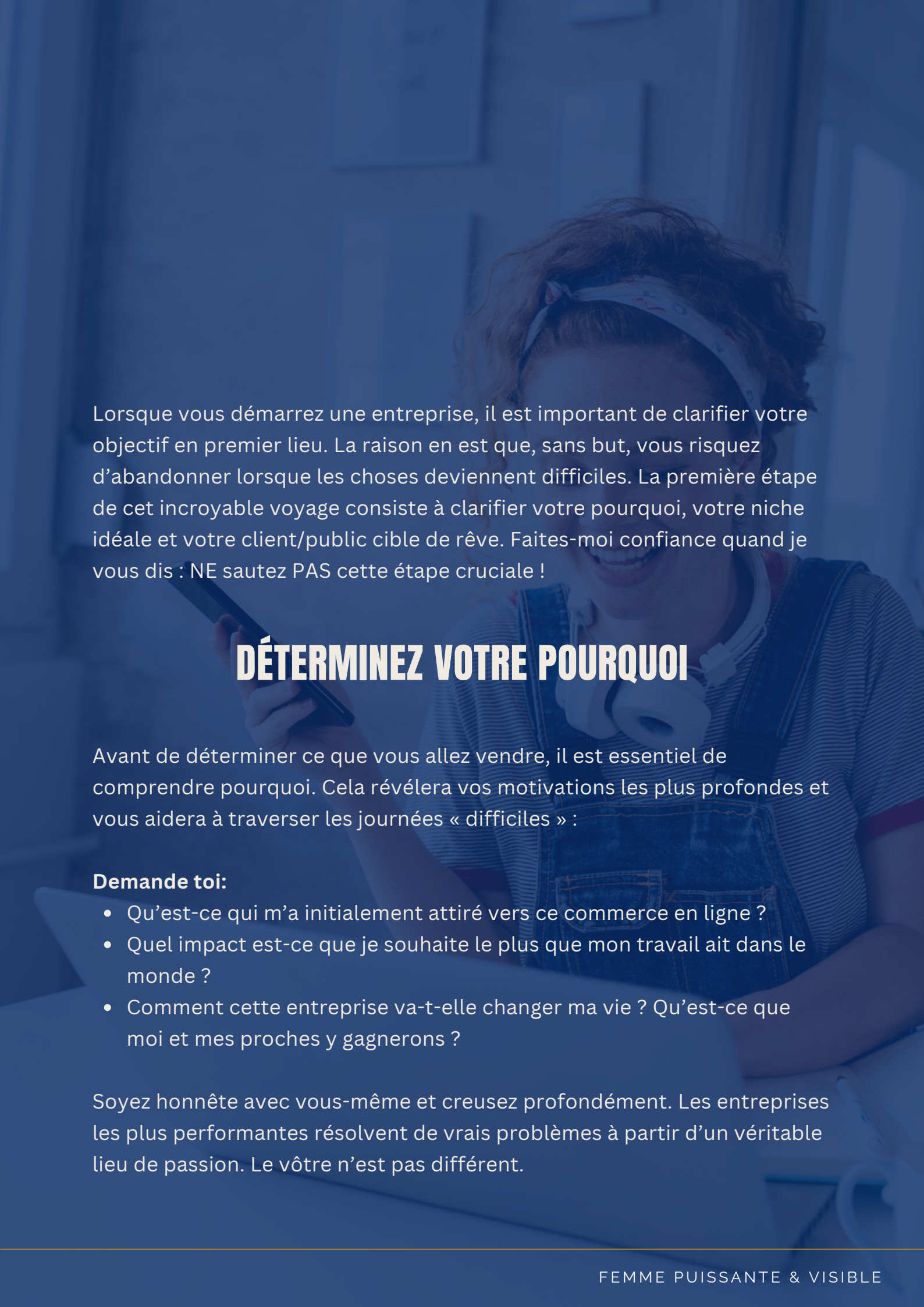
**CINQ**

## **COMMUNAUTÉ + CONSTRUCTION DE MARQUE**

Lorsque vous commercialisez vos produits numériques, vous devez également vous concentrer sur la construction de votre marque et de votre communauté sans visage à travers votre contenu. Vous souhaitez créer une communauté de « fans » fidèles.



**CHAPITRE UN**  
VOTRE VISION



Lorsque vous démarrez une entreprise, il est important de clarifier votre objectif en premier lieu. La raison en est que, sans but, vous risquez d'abandonner lorsque les choses deviennent difficiles. La première étape de cet incroyable voyage consiste à clarifier votre pourquoi, votre niche idéale et votre client/public cible de rêve. Faites-moi confiance quand je vous dis : NE sautez PAS cette étape cruciale !

## DÉTERMINEZ VOTRE POURQUOI

Avant de déterminer ce que vous allez vendre, il est essentiel de comprendre pourquoi. Cela révélera vos motivations les plus profondes et vous aidera à traverser 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 que mon travail ait dans le monde ?
- Comment cette entreprise va-t-elle changer ma vie ? Qu'est-ce que moi et mes proches y gagnerons ?

Soyez honnête avec vous-même et creusez profondément. Les entreprises les plus performantes résolvent de vrais problèmes à partir d'un véritable lieu de passion. Le vôtre n'est pas différent.

# CHOISISSEZ VOTRE CRÉNEAU

Une fois que vous avez exploité votre motivation sous-jacente, il est maintenant temps de l'utiliser pour choisir un créneau qui vous passionne vraiment.

## QU'EST-CE QU'UNE NICHE ?

Une niche est simplement un domaine ou un sujet spécifique sur lequel vous vous concentrez. C'est ce qui rend votre contenu unique et vous aide à attirer un public ciblé. Par exemple, ma niche est la richesse en ligne. Plus précisément, j'aide les femmes ambitieuses à monétiser leur Instagram grâce à des produits numériques.

## POURQUOI C'EST IMPORTANT ?

Lorsque vous disposez d'un créneau clair, vous attirez un public spécifique intéressé par les choses dont vous parlez et vendez. Vous créez une audience avec un intérêt élevé, il est donc beaucoup plus facile de monétiser votre contenu. Cela renforce également la crédibilité parce que vous devenez un expert dans ce domaine spécifique. Les gens commencent à vous voir comme quelqu'un de confiance et qui sait de quoi ils parlent.

Avec autant de créateurs de contenu, avoir une niche peut vous aider à vous démarquer de la foule. Cela permet aux gens de se souvenir plus facilement de vous et cela vous aide également à vous différencier des autres personnes susceptibles de créer un contenu similaire.

### Limitez-le à un domaine de spécialité dans lequel vous :

- Sentez-vous vraiment excité et curieux au quotidien
- Considérez que vous êtes déjà bien informé (vous n'avez PAS besoin d'être un expert !)
- Pourrait créer un contenu sans fin autour

Par exemple, une personne passionnée par l'environnement pourrait choisir un créneau comme la vie zéro déchet, les cosmétiques ou la mode éthiques. Laissez vos passions préexistantes vous guider.

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

### LA NICHE PARFAITE :

Votre créneau doit se situer à l'intersection des choses qui vous passionnent, des choses que vous connaissez, du problème que vous résolvez pour les autres et de la demande disponible. Assurez-vous également que votre niche est rentable.



# CHOISISSEZ LE CLIENT DE VOS RÊVES

Il est temps de penser à votre 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 votre public cible lorsque vous vendez des produits numériques. Pourquoi? Parce que cela vous aide à rédiger un message dans votre 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 votre public idéal, telles que l'âge, le sexe, le lieu, l'éducation et la profession.

Réfléchissez au type de contenu et de produits numériques qui pourraient les intéresser, ainsi qu'à quelles pourraient être leurs valeurs et leurs convictions. Amusons-nous à créer votre personnalité client idéale !

**Donnez-leur un nom, des traits de personnalité et une histoire qui reflète leurs caractéristiques, intérêts, comportements, besoins et désirs. Cela vous aidera à créer un message à travers votre contenu qui s'adresse directement à eux et établit une connexion avec eux.**

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

## DÉFI:

Prenez 2-3 minutes, prenez un stylo et du papier et réfléchissez. Notez tout ce que vous savez sur votre client idéal.

Voici quelques questions pour vous aider à démarrer :

- Quel est leur sexe ?
- Quel âge ont-ils?
- Où vivent-ils?
- Que font-ils?
- Quels sont leurs passe-temps ?
- Quels sont leurs objectifs ?
- Qu'ont-ils besoin de vous ?
- Comment pourraient-ils se sentir vus ou entendus ?

Une fois que vous avez déterminé ces principaux attributs client, vous avez identifié votre public cible. Devenez intimement familier avec leur monde, leurs intérêts et leurs valeurs. Cela vous permet d'adapter à la fois vos produits et votre marketing pour vous connecter avec eux !

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

# CONSTRUISEZ VOTRE MARQUE

C'est l'une des parties les plus excitantes de la création de votre entreprise : VOTRE MARQUE !

Construire une marque personnelle vous permettra de vous démarquer de la foule. Qu'est-ce qu'une marque personnelle réellement ? Vous pouvez considérer cela comme votre réputation. C'est ce que les autres pensent de vous lorsque vous n'êtes pas devant eux.

Croyez-le ou non, la construction de votre marque va bien au-delà des couleurs et des polices. Ce que vous faites ressentir aux gens est votre marque. Ce pour quoi vous êtes connu, c'est votre marque. Votre moi authentique et unique est votre marque. Votre histoire est votre marque. VOTRE ÉNERGIE EST VOTRE MARQUE !

**Pour votre marque, vous souhaitez considérer des éléments tels que :**

- **Le « ton » de votre message (c'est-à-dire sérieux, décontracté, drôle, impertinent, professionnel, inspirant, authentique, etc.)**
- **Le style de vos produits et de vos réseaux sociaux (c'est-à-dire féminin, moderne, minimal, luxueux, audacieux, lumineux, maussade, etc.)**

- Les valeurs que vous communiquez dans votre contenu et votre prise de décision (c'est-à-dire l'ambition, la gratitude, la famille, la réussite, la motivation, la liberté, l'aventure, la joie, etc.)
- Votre « histoire de marque » (c'est-à-dire votre histoire personnelle ou des parties de votre parcours qui trouveront un écho auprès de votre public cible)

Commencez à collecter des captures d'écran des flux ou du contenu Instagram d'autres personnes qui représentent le mieux votre style personnel et l'apparence que vous souhaitez obtenir avec votre 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. Croyez-moi, ils vous seront utiles lorsque vous créerez votre propre profil Instagram où vous générerez du trafic vers votre produit numérique !

## CONSEIL RAPIDE:

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



A woman with long dark hair is shown in profile, looking down at a laptop. She is wearing a light-colored, possibly white, top. The scene is set in an office or workspace, with a white mug and a pen visible on the desk. The entire image has a blue tint. The text is overlaid on the right side of the image.

# CHAPITRE DEUX

## OPTIMISER VOTRE PROFIL

# NOMMEZ VOTRE PAGE

**Lorsqu'il s'agira de nommer votre page, vous devrez réfléchir à la manière la plus claire et la plus simple de communiquer ce que vous proposez à votre public cible.**

Par exemple, TheRichGirlsEra. car lorsque les gens recherchent le mot RICHE sur Instagram, il est susceptible d'apparaître.

Si vous démarrez une nouvelle page pour VOTRE ENTREPRISE, choisissez le nom de l'entreprise OU votre nom. Vous voulez éviter d'avoir à changer de nom en cours de route et vous ne savez jamais comment votre entreprise pourrait évoluer, alors ne choisissez pas un nom qui vous restreint trop, comme « activités annexes » ou « produits numériques ».

## RAPPEL

**Choisissez votre propre marque personnelle, veuillez ne pas copier la mienne ou celle d'autres. C'est ici que VOTRE personnalité et vos passions prennent vie – alors soyez original !**

# CRÉEZ VOTRE PERSONNAGE SANS VISAGE

Votre personnalité résume l'ambiance que vous représentez à travers du contenu écrit, statique et vidéo.

## Éléments qui façonnent votre personnalité :

- Traits de personnalité et intérêts personnels que vous partagez
- Votre histoire personnelle, votre vision et vos valeurs pour votre marque
- Photo de profil et images mettant en valeur votre marque (pas de visage)
- Ton écrit, voix, langage et style de communication

**N'oubliez pas de partager votre histoire. La narration est TELLEMENT puissante parce que les gens ADORENT se connecter avec de VRAIES personnes !**



# CHAPITRE TROIS

## MONÉTISEZ VOTRE PAGE

**Maintenant que vous avez créé les bases de votre entreprise, il est temps de monétiser votre page Instagram .**

Il existe plusieurs façons de procéder, mais dans ce guide, nous aborderons la monétisation avec les produits numériques.

Les produits numériques sont le meilleur moyen de monétiser votre 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, vous devez d'abord vous 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 vous résolvez pour votre public. Vous devez créer un produit numérique qui offre une solution à leurs problèmes.

Mais comment trouver le problème que vous résolvez ? Il existe plusieurs façons de définir le problème avec lequel votre public cible est aux prises, et vous le faites par le biais d'études de marché. Sur la page suivante, vous découvrirez comment réaliser votre propre étude de marché.

### **RECHERCHE DE MOTS CLÉS :**

Utilisez des outils de recherche de mots clés comme Wordstream ou Answer The Public pour découvrir ce que les gens recherchent dans votre niche. Recherchez des mots-clés à volume de recherche élevé (environ 20 000+) liés aux problèmes et aux défis auxquels votre public cible est confronté.

### **RÉSEAUX SOCIAUX:**

L'examen des commentaires sur les publications Facebook ou Instagram liés à votre niche peut être un excellent moyen de comprendre les difficultés et les points faibles de votre public. En lisant les commentaires, vous pouvez mieux comprendre les expériences, les opinions et les frustrations de votre public. Vous pouvez voir quel genre de questions ils posent, à quels problèmes ils sont confrontés et quelles solutions ils recherchent.

### **ENQUÊTES ET SONDAGES :**

Contactez votre public existant avec des enquêtes et des sondages pour recueillir des informations. Posez des questions sur leurs difficultés, leurs problèmes et leurs défis. Cela vous donnera un aperçu de leurs besoins et vous aidera à adapter votre produit numérique à leurs intérêts.

### **FORUM DE DISCUSSION :**

Parcourez les forums et les communautés en ligne liés à votre niche pour voir de quoi les gens discutent. Recherchez des sujets liés aux problèmes et aux défis auxquels votre public est confronté. Astuce : Reddit est un excellent outil pour commencer !

**CONSEIL DE PRO : Portez une attention particulière aux autres problèmes et points faibles que vos clients vous expriment lorsqu'ils résolvent un problème avec votre premier produit numérique.**

Notez-les ! Ces conversations vous donneront des idées pour votre PROCHAIN produit numérique (et croyez-moi quand je dis, les idées ne cesseront de couler) !



# CHAPITRE QUATRE

## OBJECTIFS DE PRIX ET DE REVENUS

# FIXER LE PRIX DE VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE

Tout d'abord, je tiens à vous 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€.

Vous pouvez toujours augmenter ce prix à mesure que votre expertise et votre audience grandissent, mais juste pour vous familiariser, commencer à ce prix est un bon début !

## MODÈLES DE TARIFICATION POPULAIRES

- **10€ à 50€.** Un volume de ventes plus élevé est nécessaire mais une barrière à l'achat plus faible.
- **100€ à 500€.** Équilibre de la marge bénéficiaire et vente plus facile qu'un ticket élevé.
- **1 000 €+.** Maximise le bénéfice par vente mais réduit la clientèle.

En ce moment, je veux que vous réfléchissiez au prix auquel vous vous sentiriez le plus à l'aise de vendre, car cela vous aidera à atteindre vos objectifs de revenus !

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

## CONSEIL :

**CONSEIL :** Les recherches suggèrent que si vous souhaitez que votre produit soit perçu comme un bien de « luxe », vos prix doivent se terminer par un nombre pair (comme 0). Si vous souhaitez que votre produit soit perçu comme un article à prix réduit, terminez les prix par un nombre impair (comme 7 ou 9).

**Prenez une feuille de papier et répondez aux questions suivantes :**

- Quelle est la valeur/l'avantage principal que votre 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 allez-vous engager pour créer le produit ? Tenez compte de votre temps, des outils utilisés et des services nécessaires.
- Quel niveau de prix correspond à la valeur que vous offrez ? Considérez la transformation que vous pouvez créer.
- Quel prix semble juste et raisonnable à votre client cible ?
- Quel prix pourrait maximiser vos marges bénéficiaires ? Envisagez des modèles de revenus récurrents.
- Quel prix de lancement pourrait inciter de nouveaux clients à essayer votre produit ? Pensez à une tarification échelonnée.

A person is sitting at a table, working on a laptop. The table has a bowl of food, a glass of water, and a vase with flowers. The scene is overlaid with a blue tint.

# CHAPITRE CINQ

## VOTRE FREEBIE

Vendre des produits numériques, c'est bien, mais nous devons commencer à automatiser votre entreprise (afin que vous puissiez gagner de l'argent pendant que vous dormez !). L'une des façons d'y parvenir est d'offrir un cadeau à notre public.

**Un cadeau (ou lead magnet) est une incitation que vous offrez à votre public cible en échange de son adresse e-mail. Il existe de nombreux types de cadeaux que vous pouvez offrir. Un mini guide, un listicle, 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 votre liste de diffusion (nous reviendrons davantage sur le marketing par e-mail plus tard). Toute personne qui s'inscrit à votre liste de diffusion est appelée un « prospect ». Avoir une liste de diffusion vous permet d'atteindre directement votre 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 faveur établit la confiance et positionne votre marque comme une autorité dans votre secteur. Lorsque les gens voient que vous êtes prêt à partager des informations précieuses sans vente immédiate, ils sont plus susceptibles de faire confiance à vos futures recommandations et offres.

### **SÉCURITÉ:**

Dans le cas où (je touche du bois) votre compte de réseau social devait être suspendu ou banni, disposer d'une liste de diffusion garantit que votre audience (ou votre 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 votre entreprise de produits numériques de fonctionner en pilote automatique. C'est ce qui vous permettra de réaliser des ventes pendant que vous dormez ou que vous sortez en famille !



### **NURTURATION DE LEADS :**

Une fois que vous avez collecté des prospects, vous pouvez utiliser le marketing par e-mail pour entretenir ces prospects au fil du temps. Vous pouvez fournir du contenu supplémentaire de valeur, partager des histoires 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 plomb ne concernent pas seulement les conversions immédiates ; ils sont un outil pour construire des relations à long terme avec vos clients. Grâce à une communication continue et à un contenu précieux, vous pouvez fidéliser votre public et transformer des acheteurs ponctuels en clients fidèles.



# CHAPITRE SIX

AUTOMATISEZ VOTRE ENTREPRISE

# VENDRE PAR E-MAIL

Vous vous souvenez 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 votre entreprise de fonctionner de manière automatisée.

**Le marketing par e-mail n'est qu'une autre façon de dire « vendre avec 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.**

Avec un flux d'e-mails (ou une séquence d'e-mails) bien rédigé qui est envoyé à votre liste de diffusion, vous pouvez établir la confiance et convertir les prospects en clients avec facilité et automatisation.

Alors commençons à le construire !

TU PEUX UTILISER LA PLATEFORME SYSTEM IO, que personnellement j'utilise

# SERVEZ D'ABORD, VENDEZ PLUS TARD

Permettez-moi d'abord de dire que servir = vendre. Cependant, lorsque vous construisez activement une communauté dès les premiers stades (en tant que débutant complet), votre objectif principal doit être de servir votre public de manière altruiste.

La meilleure façon de servir votre 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 votre journée se déroule bien (ou mal), ni de savoir quelles sont vos plateformes commerciales préférées.

Ils ne se soucient que de ce que VOUS pouvez faire pour EUX. Une fois que vous déplacez ce processus de pensée dans votre esprit, tout change.

Vous devez donner à votre public une RAISON d'appuyer sur ce bouton de suivi, et pour ce faire, vous devez lui fournir une VALEUR.

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

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

# PILIERS DE CONTENU

Si vous débutez dans le marketing , BIENVENUE !

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

Si vous me suivez, vous avez probablement vu mon contenu.

Vous ne me verrez pas publier des reels sur la dernière tendance de la danse. Chaque bobine 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 et par qui je suis!

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

S'en tenir à ces piliers de contenu garantira que vous ne « publiez pas pour le plaisir de publier ». Ils vous aideront également à fidéliser vos abonnés Instagram beaucoup plus rapidement si vous les respectez !

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

### ÉDQUER

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

### DIVERTIR/INSPIRER

Insérez de la personnalité dans votre contenu ! Utilisez l'humour, la narration ou des visuels attrayants. Partagez des histoires pertinentes ou du contenu humoristique qui, vous le savez, attirera votre public idéal.

### PROMOUVOIR

C'est ici que vous faites la promotion de vos offres numériques. Mélangez du contenu promotionnel avec un appel à l'action stratégique pour inciter les gens à AGIR concernant votre offre ! Présentez vos produits et guidez votre public sur les prochaines étapes.

### RAPPEL

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

# VOTRE LÉGENDE

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

Quelques conseils pour votre légende :

- Si votre légende fait plus de quelques phrases, assurez-vous 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 ! Partagez vos expériences et soyez vulnérable et honnête (même sans montrer votre visage). C'est énorme si vous voulez gagner la confiance + convertir les téléspectateurs en abonnés + convertir les abonnés en clients.**
- **Utilisez des emojis, mais n'en faites pas trop.**
- Si votre légende est accrocheuse, attrayante et suffisamment longue (séparée par des espaces), cela vous aidera à obtenir plus de temps de visionnage sur votre bobine (surtout s'il s'agit d'un court clip de 5 à 7 secondes), ce qui signifie qu'elle devra être repoussée. à plus de personnes.
- Assurez-vous d'inclure votre crochet, votre CTA, vos hashtags et mots-clés, ainsi que votre signature à la fin.

**Restez simple : les reels ne doivent pas nécessairement être compliqués ou prendre beaucoup de temps. Vous pouvez créer et modifier des reels dans Instagram pour éviter toutes les applications techniques.**

Certaines personnes ne publient JAMAIS de reels parce qu'elles pensent que vous avez besoin de compétences en montage vidéo pour les rendre sophistiquées et de haute qualité. N'y pensez pas trop ! Essayez-le, trouvez votre style de contenu et respectez-le.

**Soyez patient : les reels 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 votre première semaine de publication de reels, continuez et restez cohérent. L'algorithme ne commence à vous 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 !**

**Restez cohérent : je ne saurais trop insister sur ce point ! Jouez au long jeu. Ne postez pas simplement pour essayer de devenir viral. Gardez à l'esprit votre suiveur idéal et présentez-vous systématiquement à lui. L'algorithme n'est PAS là pour vous avoir !**

**J'aimerais partager avec vous 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 !

A woman is shown from the side, sitting at a desk and working on a laptop. The scene is dimly lit, with a strong blue color overlay. The text 'IL EST TEMPS DE COMMENCER!' is written in a white, outlined font across the middle of the image. The woman's hair is dark and styled, and she is wearing a light-colored top. The background is blurred, showing what appears to be a window with curtains.

IL EST TEMPS DE  
COMMENCER !

# IL EST TEMPS DE SE LANCER!

Voici quelques choses amusantes que vous pouvez faire pour augmenter les ventes avec votre lancement :

Faites un court PRÉ-LANCEMENT où vous commencez à laisser entendre sur votre Instagram que quelque chose de nouveau et de génial arrive. Créez un compte à rebours. Invitez des personnes à vous envoyer un message gratuit pour ce cadeau s'il est déjà prêt. Attisez le battage médiatique !

Proposez une promotion de lancement ou un « tarif de lancement » spécial. Vous pouvez le proposer à votre public pendant environ une semaine et en faire la promotion à la fois sur IG et dans vos e-mails gratuits. N'oubliez pas de parcourir ces e-mails une fois la promotion de lancement terminée pour supprimer les sections dans lesquelles vous le mentionnez !)

Créez du battage médiatique dans vos histoires et vos publications ! Prenez des captures d'écran des nouvelles ventes ou donnez des mises à jour sur ce qui se passe tout au long du lancement (et bien sûr, vous pouvez CONTINUER à le faire même APRÈS la fin du lancement !)

N'oubliez pas de pousser votre billet de faveur ! Même si les gens ne sont pas prêts à acheter maintenant, vous pouvez toujours les inscrire sur votre liste de diffusion en leur offrant votre cadeau et les nourrir 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 mettent pas les actes en pratique ! As-tu une idée de ce que tu viens de faire ? Vous venez de vous affirmer que votre temps vaut plus qu'un 9-5 sans issue. Votre famille vaut plus qu'un week-end de 2 jours. Votre 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 !

**PS. VOTRE ESPRIT EST TOUT !**

**Pour aller plus loin, je te recommande la formation super complète sur la création de son offre, les lancements, les ventes, comment créer de emails et des pages de vente etc**

**C'est vraiment LA BASE ESSENTIELLE pour toute entrepreneuse et accompagnante.**

**CLIQUE ICI** pour voir ma formation à seulement 497 euros (ou même paiement en 3 fois possible)

Non seulement tu apprends énormément  
Mais en plus ensuite, tu pourras aussi revendre la formation si t'en as envie!! et en gardant tous les bénéfices pour toi!

**CONNECTEZ-VOUS SUR INSTAGRAM**

Envoyez-moi un message sur IG @puissante.libre pour poser des questions ou m faire savoir comment les choses se passent.

J'aimerais célébrer avec vous!