

INSTA MONEY



SHOPITTER

BIENVENUE !

Bienvenue dans ce Guide Ultime pour générer des revenus Passif grâce aux produits digitaux !

Préparez-vous à entamer un parcours de créativité, d'entrepreneuriat et de discipline pour atteindre votre liberté financière.

Dans ce guide, nous allons parcourir les connaissances et les outils dont vous avez besoin pour entrer dans le monde de l'entrepreneuriat en ligne et construire un business en ligne florissant de produits numériques / digitaux.

Avec mon compte MES PETITS EBOOKS, ma véritable vocation et passion résident dans votre accompagnement pour que vous puissiez atteindre votre plein potentiel ! Rien ne me procure plus de bonheur que d'assister à la réussite des autres. Mon souhait le plus cher est que vous connaissiez le succès.

Vous en êtes tout à fait capable, et vous devriez être extrêmement fier(e) de vous d'avoir entrepris ce voyage. Je suis très enthousiaste à l'idée de partager ce Guide Ultime, qui vous accompagnera tout au long du processus de création et de vente de vos produits numériques.

En suivant les étapes de ce guide, vous ne créez pas seulement un produit prêt à être commercialisé, mais vous disposerez également d'un entonnoir efficace et d'une stratégie pour stimuler les ventes, que vous visiez 2000€, 4000€, voire 10,000€ et plus par mois !

Lets' Go !

c'est une belle
journée pour
poursuivre ses
rêves.

Mes Petits Ebooks

QUE SONT LES DROITS DE REVENTE ?

Démarrer un compte 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 vous offrir un modèle de produit numérique lié à la création d'un produit, tout en offrant une tonne de valeur !

Je voulais vous 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 vous aviez besoin d'un diplôme universitaire ou de compétences particulières pour lancer une entreprise, et avec les droits de revente.

Cet e-book est accompagné de droits de marque privée et de droits de revente principale. Cela vous permet de modifier le livre électronique et de le revendre comme le vôtre, avec également des droits de revente !

REBRANDING ET REVENTE DE CET E- BOOK

Lorsqu'il s'agit d'utiliser des produits numériques avec droits de revente, il existe une étape essentielle qui garantit votre succès : changer de marque et renommer vos produits.

POURQUOI LE REBRANDING EST-IL IMPORTANT ?

Le rebranding vous permet de vous approprier l'e-book. En modifiant les éléments de la marque, comme le nom, le logo et l'identité visuelle, vous pouvez créer un produit unique qui se démarque sur le marché. Ce processus aide à établir votre identité distincte, garantissant que vos clients voient votre produit comme quelque chose d'exclusif et différent des autres disponibles.

BÂTIR LA CONFIANCE ET LA CRÉDIBILITÉ :

Lorsque vous changez l'image de l'e-book, vous démontrez votre engagement à fournir un produit unique et personnalisé à votre public. Cela contribue à renforcer la confiance et la crédibilité, permettant à vos clients de voir le produit comme une partie de votre marque, améliorant ainsi sa valeur perçue.

ÉVITER LES PROBLÈMES DE CONTENU EN DOUBLON :

Renommer et modifier cet e-book sert également à éviter tout problème lié au contenu en double. En personnalisant le contenu, vous vous assurez que votre produit est original, en évitant toute confusion ou pénalités potentielles associées à l'utilisation d'un contenu non modifié.

AUTOMATISEZ VOTRE ENTREPRISE :

En fin de compte, le rebranding donne du pouvoir à votre entreprise. Il vous offre la flexibilité de personnaliser l'e-book en fonction des besoins, du style et des préférences de votre public cible, vous donnant ainsi un avantage concurrentiel sur le marché.

IMPORTANT ! LISEZ S'IL VOUS PLAÎT :

Si vous souhaitez revendre votre e-book AVEC droits de revente à vos propres clients, vous DEVEZ respecter les conditions suivantes :

- **Modifiez le NOM et la COUVERTURE du livre électronique (ceci est obligatoire, que vous souhaitiez ou non revendre cet e-book avec des droits de revente afin de garantir la distinction entre les entreprises).**
- **Fournissez à vos clients votre PROPRE lien de modèle Canva après modification (vous NE POUVEZ PAS leur fournir le mien).**

QU'EST-CE QUE LE MARKETING FACELESS (SANS VISAGE) ?



Le marketing faceless consiste à créer une présence en ligne et à la monétiser sans montrer son visage. Votre présence en ligne met en valeur votre marque, vos produits et votre contenu sans révéler votre identité physique.

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

Dans cet e-book, nous allons expliquer comment vous pouvez créer votre propre marque personnelle sans visage sur Instagram et/ou Tiktok, et créer des revenus passifs avec des produits numériques.

Commençons !

POURQUOI NE PAS SE MONTRER ?

Il y a de nombreux avantages à créer un compte faceless :

- **Plus de confidentialité** : vous n'avez pas à vous soucier d'être reconnu en public ou de voir votre identité révélée.
- **Moins de pression** : sans que votre visage soit visible, vous n'avez pas à vous soucier d'avoir l'air parfait à tout moment. Votre objectif principal est votre contenu.
- **Flexibilité du temps** : vous pouvez pré-programmer des publications et prendre des congés en cas de besoin sans perturber le flux de votre marque.
- **Liberté de créativité** : vous êtes capable de créer et de mettre en valeur pleinement vos compétences sans ressentir la pression d'être jugé.
- **Maintient le professionnalisme** : si vous êtes un professionnel et que vous ne voulez pas être découvert par vos collègues ou partenaires commerciaux, c'est un excellent moyen.

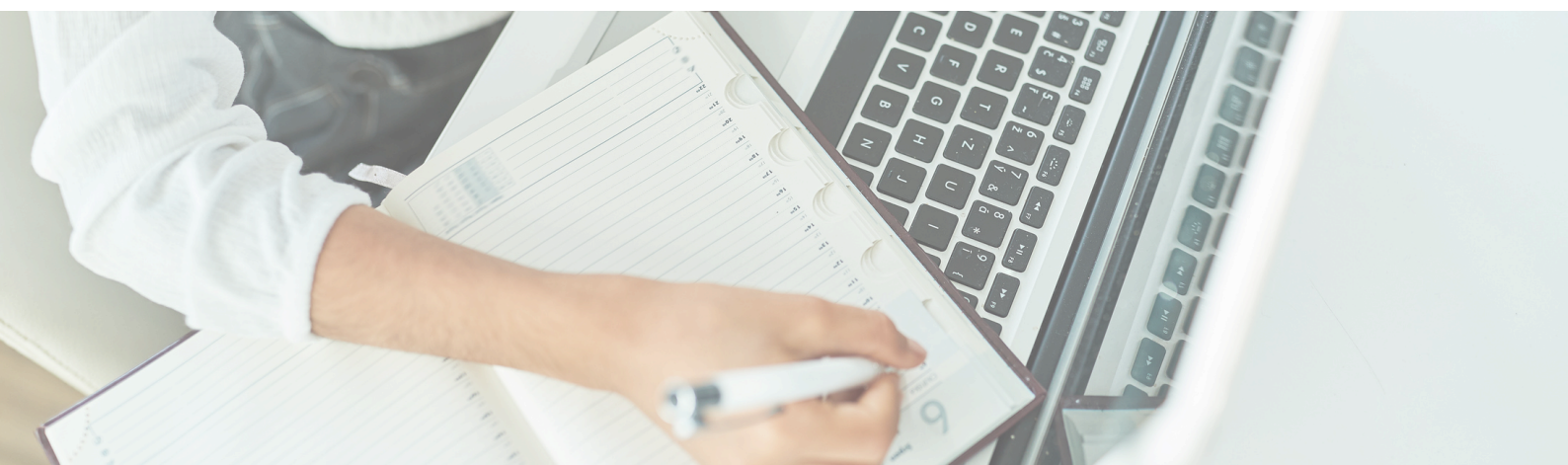


TABLE DES MATIÈRES

- 1** Votre vision
- 2** Optimiser votre profil
- 3** Monétiser votre page sans visage
(produits numériques)
- 4** Objectifs de prix et de revenus
- 5** Votre cadeau
- 6** Configuration de votre magasin Stan
- 7** Automatiser votre entreprise
- 8** Construction d'une communauté faceless
- 9** Marketing sans visage : stratégies
Instagram
- 10** Aspects juridiques

FEUILLE DE ROUTE SUR COMMENT ÇA MARCHE





chapitre 1

VOTRE VISION



Lorsque vous démarrez une entreprise, il est important de clarifier votre objectif en premier lieu. La raison est que, sans but, vous risquez d'abandonner lorsque les choses deviennent difficiles. La première étape de cet incroyable parcours 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 » :

Demandez-vous :

- Qu'est-ce qui m'a initialement attiré vers ce commerce en ligne ?
- Quel impact je souhaite avoir avec mon public ?
- 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'une véritable passion.

CHOISISSEZ VOTRE NICHE

Une fois que vous avez exploité votre motivation sous-jacente, il est maintenant temps de l'utiliser pour choisir une niche 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 personnes ambitieuses à monétiser leur compte Instagram grâce à des produits numériques.

POURQUOI C'EST IMPORTANT ?

Lorsque vous disposez d'une niche claire, 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 il parle.

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-vous à un domaine de spécialité dans lequel vous :

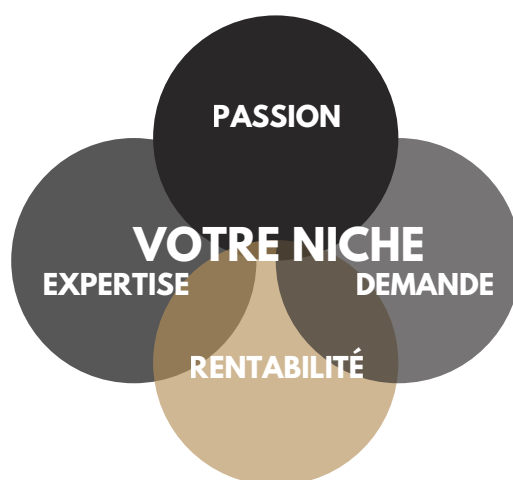
- Êtes curieux et passionné
- Considérez que vous êtes déjà bien informé (vous n'avez PAS besoin d'être un expert !)
- Pourrez créer tout le temps du contenu

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

Choisir une niche 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 niche doit se situer à l'intersection des choses qui vous passionnent, des sujets que vous connaissez, du problème que vous résolvez pour les autres et de la demande du marché. 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'une niche en 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.

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 constituée de femmes. Mon image de marque, mon contenu et mon langage ciblent toutes les femmes. Des femmes qui souhaitent créer leur propre entreprise pour subvenir aux besoins de leur famille et vivre librement.

DÉFI :

Consacrez 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 ?
- Quels sont leurs besoins ?
- 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 une niche rentable et en comprenant les désirs de votre public, vous avez trouvé les bases d'un succès commercial faceless.



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 tout le monde. 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.
- Ce pour quoi vous êtes connu.
- Votre moi authentique.
- Votre histoire.
- VOTRE ÉNERGIE !

CEUX-CI EST VOTRE MARQUE !

Pour votre marque, vous devez 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.

CONSEILS :

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 ! Ne mettez pas trop de couleurs.





ÉLÉMENTS DE MARQUE PERSONNELLE

IDENTITÉ VISUELLE

Votre identité visuelle va de votre photo de profil aux polices et couleurs que vous utilisez dans votre contenu. Lorsque vous disposez d'une identité visuelle cohérente, cela peut rendre votre marque plus mémorable et reconnaissable auprès de votre public.

COHÉRENCE

L'image de marque est une question de cohérence. Assurez-vous que votre contenu, votre identité visuelle et votre ton de voix sont cohérents sur toutes vos plateformes. Assurez-vous également de respecter votre calendrier de publication afin de ne pas décevoir votre public !

TON DE LA VOIX

Votre ton de voix est la façon dont vous vous exprimez à travers vos mots, tant écrits qu'oraux. Il ne s'agit pas seulement des mots que vous utilisez, mais aussi de votre choix d'émojis, de structure de phrase et même de ponctuation. Tous ces éléments contribuent à la manière dont votre marque communique avec votre public.

COMMUNAUTÉ

Si vous souhaitez créer une communauté forte autour de votre marque personnelle, il est important de dialoguer régulièrement avec vos abonnés. Qu'il s'agisse de répondre aux commentaires et aux messages ou de créer des opportunités pour vos abonnés d'interagir avec vous et entre eux.



Chapitre 2

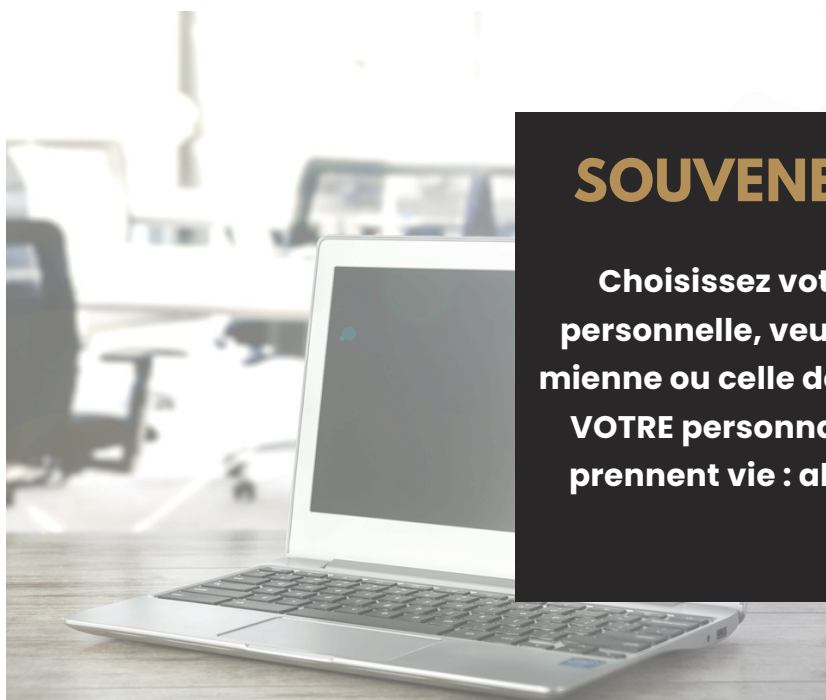
OPTIMISER VOTRE PROFIL

NOMMER 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.

Si vous créez une page sans visage : vous devez avoir le thème **DANS LE NOM**. Par exemple, j'ai choisi createurfaceless, car lorsque les gens recherchent le mot faceless sur Instagram, ils sont susceptibles de tomber sur mon compte.

Si vous démarrez une nouvelle page pour **VOTRE ENTREPRISE**, choisissez le nom de l'entreprise **OU** votre nom. Vous devez éviter d'avoir à changer de nom en cours de route, car 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 ».



SOUVENEZ-VOUS :

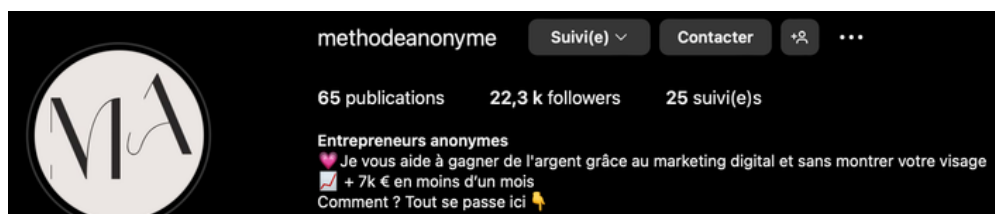
Choisissez votre propre marque personnelle, veuillez ne pas copier la mienne ou celle des autres. C'est là que VOTRE personnalité et vos passions prennent vie : alors soyez original !

ÉCRIVEZ VOTRE BIOGRAPHIE DE PROFIL

Une chose que je dis à tout le monde, c'est que votre page Instagram, plus précisément votre bio, est littéralement la première impression que votre public voit lorsqu'il clique sur votre page, donc l'optimiser est crucial si vous souhaitez gagner des abonnés !

Ce qu'il faut inclure dans votre bio :

- Une description accrocheuse et pertinente
- Clarification de niche ou de catégorie de produits
- Ce avec quoi vous aidez votre public cible
- Appel à l'action générant du trafic ou des ventes



**EXEMPLE DE
BIOGRAPHIE SANS
VISAGE**

CONSEILS :

Votre nom Instagram est Search Engine Optimized (SEO). Cela signifie simplement que cela permet à votre page d'être plus « visible » lorsque les gens recherchent un nom et/ou un sujet spécifique.

Dans l'exemple ci-dessus, vous pouvez voir qu'il faut inclure un mot-clé lié à votre niche « produits numériques ». De cette façon, lorsque quelqu'un recherche des « produits numériques », votre nom peut apparaître dans la recherche.

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

Visez un personnage qui intrigue suffisamment les gens pour qu'ils restent. Partagez de vraies parties de vous-même tout en préservant votre confidentialité.

N'oubliez pas de partager votre histoire. La narration est TELLEMENT puissante parce que les gens ADORENT se connecter avec de VRAIES personnes ! C'est EXTRÊMEMENT important lorsque l'on gère un compte faceless.



chapitre 3

**MONÉTISEZ VOTRE PAGE
SANS VISAGE**

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

Il existe plusieurs façons de procéder, mais dans cet e-book, nous aborderons la monétisation avec les produits numériques.

Si vous lisez mon titre « Le guide de démarrage des produits numériques », vous saurez exactement pourquoi les produits numériques sont le meilleur moyen de monétiser votre compte de réseau social. 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 y a une forte demande.

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 :

Lire les commentaires sur des vidéos YouTube ou des publications Instagram liées 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 !

EXPÉRIENCE PERSONNELLE :

Il y a de fortes chances que vous ayez vécu les difficultés et les problèmes de votre public cible. Utilisez ces connaissances pour créer un produit numérique qui les intéresse. Utilisez votre propre histoire et vos propres idées pour établir une connexion via votre produit numérique.

CONSEIL :

Utilisez Chat GPT et les prompts ci-dessous pour générer plus d'idées :

- **Quelles sont les 10 questions les plus recherchées sur (votre niche) ?**
- **Qui sont les 10 influenceurs en ligne dans (votre niche) ? Veuillez inclure leur site Web et le domaine d'expertise qu'ils couvrent.**
- **Quels types d'offres d'apprentissage numérique proposent d'autres experts dans (votre niche) ? Fournissez-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 vos idées sont rentables. Vous pouvez commencer à rechercher des mots-clés pour vos idées de produits numériques !

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

Compilez une liste de mots-clés que vous pensez que votre public cible rechercherait et saisissez-les dans Wordstream. Vous devez viser un minimum de 20 000 recherches pour chaque mot-clé. Assurez-vous 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 vous utilisiez la niche que vous avez choisie et UNE question dans cette niche à laquelle vous souhaitez répondre. C'est le problème que vous allez résoudre avec votre produit numérique ! À terme, vous pourrez 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 : 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 le dis, les idées ne cesseront de couler) !



PRODUITS NUMÉRIQUES MRR/PLR

N'oubliez pas que vous pouvez personnaliser cet e-book sur Canva et le vendre également comme le vôtre ! Cependant, je veux que vous sachiez comment créer votre propre produit numérique ! Alors allons droit au but.

Tout d'abord, vous avez DEUX options : achetez un produit numérique MRR/PLR sur Etsy ou Creative Market, OU créez vous-même un produit numérique à l'aide des modèles GRATUITS de Canva !

ETSY/CREATIVE MARKET :

- Accédez à Etsy ou Creative Market et recherchez « PLR » ou « droits de marque privée ».
- Recherchez tous les produits numériques PLR (Private Label Rights) qui correspondent à vous, à votre étude de marché et au problème que vous souhaitez résoudre pour les gens.
- Une fois que vous avez choisi un produit numérique MRR, rédigez un titre « J'aide ». Cela vous aidera à clarifier le message de votre marque et de votre produit numérique.

Exemples :

« J'aide les mamans occupées avec des idées de repas scolaires sains qui ne prennent pas plus de 10 minutes de leur journée ! »

« J'aide les mères au foyer à créer un revenu passif grâce aux produits numériques ! »

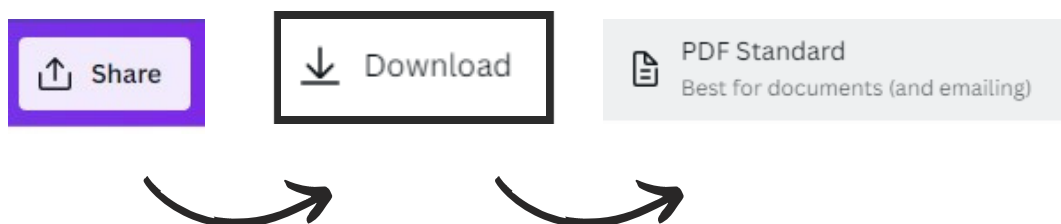
MODÈLE CANVA GRATUIT :

1. **Aller sur CANVA**
2. Tapez le type de modèle que vous recherchez, 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 ! Entrez-y simplement votre contenu et votre image de marque, personnalisez-le comme le vôtre et enregistrez-le sous forme de document PDF, et voilà ! Vous avez créé votre propre produit numérique !

REMARQUE : si vous utilisez l'un des modèles gratuits de Canva, assurez-vous de le personnaliser avant de le vendre : consultez bien leur politique pour plus de précisions.

PERSONNALISATION/ENREGISTREMENT DE VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE :

- 1 Ouvrez votre produit numérique MRR sur Canva.
- 2 Personnalisez les couleurs et les polices selon votre marque et votre style. Vous pouvez même ajouter ou enlever du texte : c'est entièrement votre choix.
- 3 Une fois que vous êtes satisfait du produit final, enregistrez votre produit numérique sous forme de document PDF.

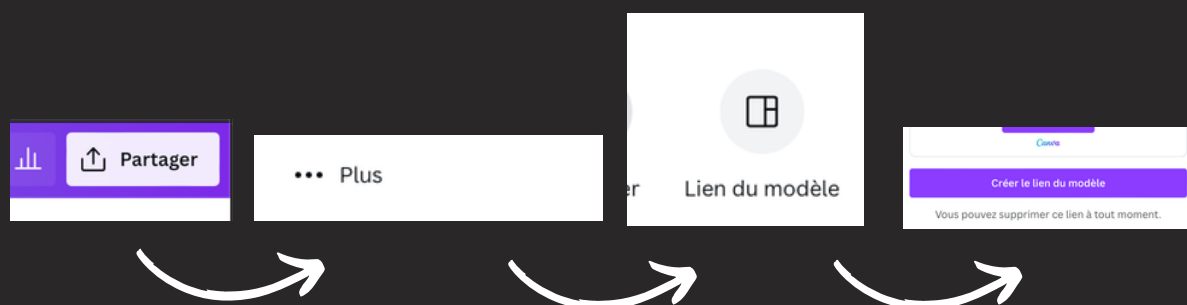


REVENTE AVEC DROITS DE REVENTE

4

CETTE ÉTAPE S'APPLIQUE UNIQUEMENT À LA REVENTE DE CET E-BOOK :

Comme mon e-book est fourni avec les droits de revente complets, vous avez la possibilité de le revendre avec des droits de revente à vos propres clients. Pour leur fournir un lien Canva modifiable (tout comme je vous ai fourni lors de votre achat afin que vous puissiez le modifier), suivez ces étapes pour obtenir votre propre lien Canva modifiable pour vos clients :



REMARQUE : Ce lien sera fourni à vos clients dans l'e-mail de confirmation accompagnant leur achat de votre produit numérique MRR/PLR. Nous y reviendrons plus tard !

Chapitre 4

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

- **Prix bas – 10 € à 50 €.** Un volume de ventes plus élevé est nécessaire, mais une barrière à l'achat plus faible.
- **Prix moyen – 100 € à 500 €.** Équilibre de la marge bénéficiaire et vente plus facile qu'un ticket élevé.
- **Prix 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 cela vous permettra d'avoir des clients FIDÈLES.

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.

VOS OBJECTIFS DE REVENUS

Maintenant que vous avez décidé de votre tarif, parlons des objectifs de revenus !

Pensez au revenu mensuel que vous aimeriez gagner au bout de 12 MOIS de démarrage de votre entreprise.

Pour simplifier les choses avec la répartition mathématique, disons que votre objectif est de 100 000 €/ans.

Maintenant, prenez ce nombre et divisez-le en quatre quarts comme ceci :

1er trimestre : 10 000 €

2ème trimestre : 20 000 €

3ème trimestre : 30 000 €

4ème trimestre : 40 000 €

Voyez-vous 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 avec de la cohérence, du temps et des efforts, cela s'améliore !

Votre premier trimestre :

Regardons votre premier trimestre (vos 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...

Votre premier mois :

Si votre objectif est de rapporter 2 000 € au cours des 30 premiers jours suivant le lancement de votre produit numérique à 97 €, vous n'aurez qu'à réaliser 20 ventes !

Réalisez-vous 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 vous pourriez gagner de l'argent pendant votre sommeil !

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

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

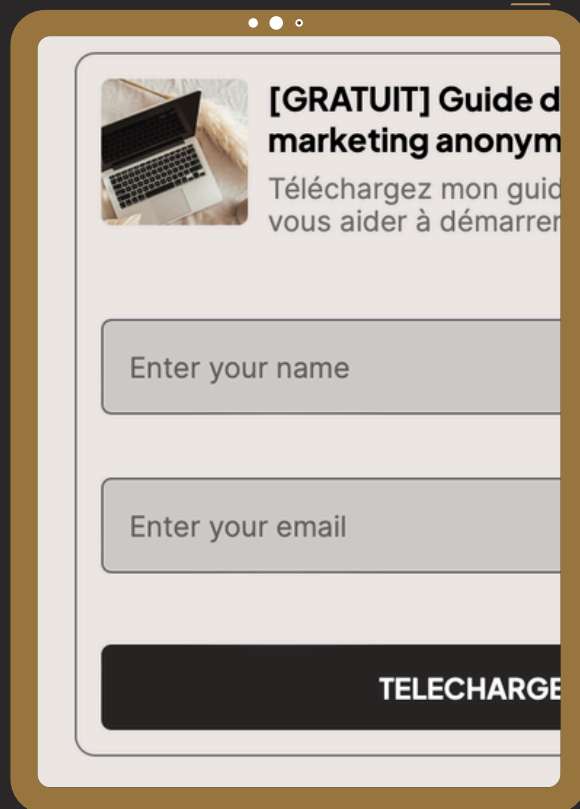


Chapitre 5

VOTRE CADEAU

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 votre 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 e-Book, un mini cours, pour n'en nommer que quelques-uns.



[GRATUIT] Guide de marketing anonyme
Téléchargez mon guide pour vous aider à démarrer

Enter your name

Enter your email

TELECHARGER

**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 e-book gratuit 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 de 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 !



E-MAILING :

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 e-mails 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.



CRÉEZ VOTRE E-BOOK GRATUIT

Il est important que votre cadeau soit directement lié à votre produit numérique payant. Votre cadeau donnera à votre client idéal un aperçu de la valeur qu'il recevra de votre offre payante. Donnez-leur un avant-goût, mais pas la bouchée entière !

Un e-book gratuit fournit une solution à un problème. Pour inciter votre public cible à télécharger votre e-book gratuit, vous devez lui proposer une solution à un problème qu'il rencontre. Assurez-vous avant tout qu'il a de la valeur ! Vous ne pouvez pas offrir quelque chose que PERSONNE ne veut !

TYPES D'E-BOOKS GRATUIT :

- Webinaire
- Mini-cours
- Mini-guide ou e-book
- Courtes vidéos de formation

BESOIN D'INSPIRATION ?

Recherchez ce que d'autres personnes de votre niche proposent comme cadeaux en vous inscrivant à leurs listes de diffusion. Il ne faut pas les copier, utilisez-les simplement comme inspiration !

CONSEIL :

Allez sur Etsy et tapez « lead magnets » ou créez-en simplement un GRATUITEMENT sur Canva ! Tapez « modèles d'e-book gratuit ». Saisissez vos informations et vous obtiendrez un cadeau ! Je vous recommande de commencer par un guide ou une liste gratuite relative à votre offre payante !



The screenshot shows a search results page on Canva for the query 'lead magnet template'. At the top, there is a search bar with the text 'lead magnet template'. Below the search bar, the breadcrumb navigation reads 'Home > Templates > Lead magnet template'. The main heading is 'Lead Magnet Template templates', followed by the subtext 'Browse high quality Lead Magnet Template templates for your next design'. There are filter buttons for 'All Filters', 'Category', and 'Media'. Below the filters, it says '113,421 templates'. The main content area displays four template thumbnails. The first thumbnail is titled '10 Essential Criteria For A Smart & Successful Brand Name' and features a desk with a laptop and glasses. The second is 'COACHING BUSINESS' with a woman sitting on a chair. The third is '5 WAYS TO MAKE PASSIVE INCOME for female entrepreneurs' showing hands on a laptop. The fourth is 'YOUR BOOKLET'S AWESOME TITLE HERE' with a room interior. Each thumbnail has a small 'Free' icon in the bottom right corner. Below the thumbnails, there are four document cards with titles and author information: 'Essential Criteria Checklist eBook Le...' by The Template Tribe, 'Ebook - Lead Magnet Templates for ...' by Visual Vibes, 'Brown simple modern ebook lead m...' by She Talks Business, and 'Coffee ebook | lead magnet | Workb...' by Coach and Mentor.

Voici quelques conseils pour créer un e-book gratuit :

- **Fournir une valeur réelle : l'e-book gratuit doit offrir une valeur significative, et pas seulement être un cadeau fantaisiste. Offrez des conseils pratiques.**
- **Résolvez un problème urgent : concentrez-vous sur l'aide à apporter à un problème urgent rencontré par votre public.**
- **Exemple de contenu partiel : donnez un aperçu de la formation complète de votre produit payant.**
- **Études de cas et exemples : démontrez votre expertise et vos succès passés.**
- **Étapes d'action et exercices : incluez des activités pour inciter les lecteurs à mettre en œuvre les conseils.**
- **Portée limitée : couvrez une tranche étroite d'un sujet plus vaste pour susciter l'intérêt pour le produit complet.**
- **Appel à l'action : demandez-leur d'acheter le produit complet pour obtenir plus.**
- **Image de marque et liens : présentez subtilement votre marque, votre site Web et vos offres dans le design gratuit.**
- **Capture de mails : collectez les e-mails des lecteurs en échange du téléchargement gratuit.**

A person is sitting on a stone ledge next to a swimming pool. They are holding an open, lined notebook in their hands. The person is wearing a light-colored long-sleeved shirt, light-colored trousers, and white sneakers. A silver watch is visible on their left wrist. The background shows the blue water of the pool and some greenery.

Chapitre 6

CONFIGURER VOTRE MAGASIN STAN

Ok, 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 avec 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 avec 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 DE LA BOUTIQUE
STAN



CONFIGUREZ VOTRE BOUTIQUE STAN

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) !

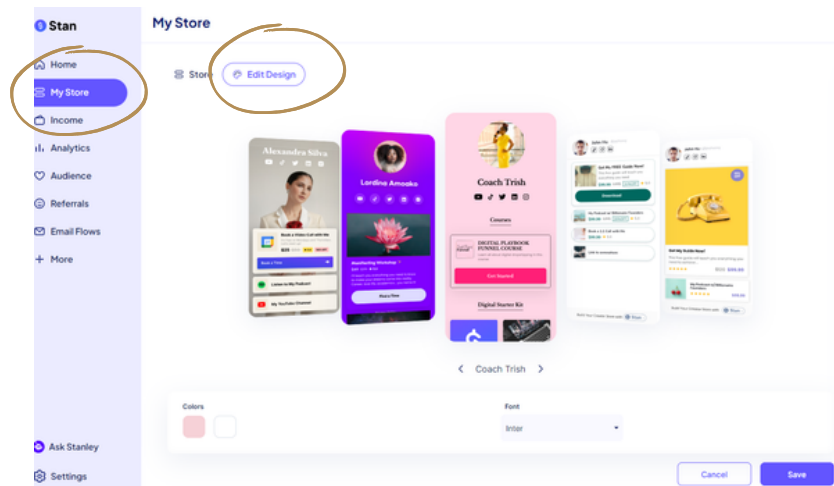
CONSEIL : Personnalisez-le aux couleurs de votre marque !

DEUXIÈME ÉTAPE :

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

TROISIÈME ÉTAPE :

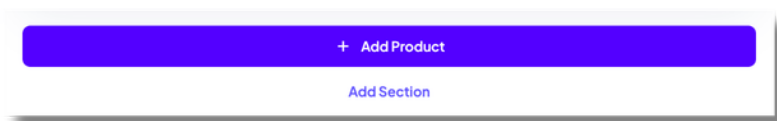
Allez dans « Ma boutique », puis « Modifier le design ». Ici, vous pouvez choisir la mise en page que vous souhaitez pour votre vitrine. Vous pouvez également choisir les couleurs de votre marque pour votre magasin Stan pour une esthétique commerciale plus cohérente.



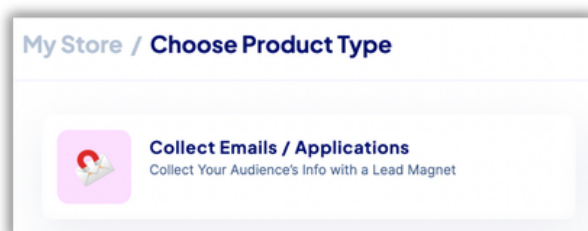
INSCRIVEZ VOTRE E-BOOK GRATUIT SUR STAN STORE

Si vous utilisez la boutique Stan, suivez ces étapes :

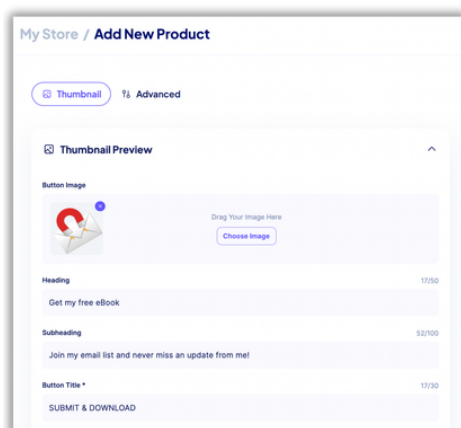
1. Accédez à votre compte Stan Store et cliquez sur « + Ajouter un produit ».



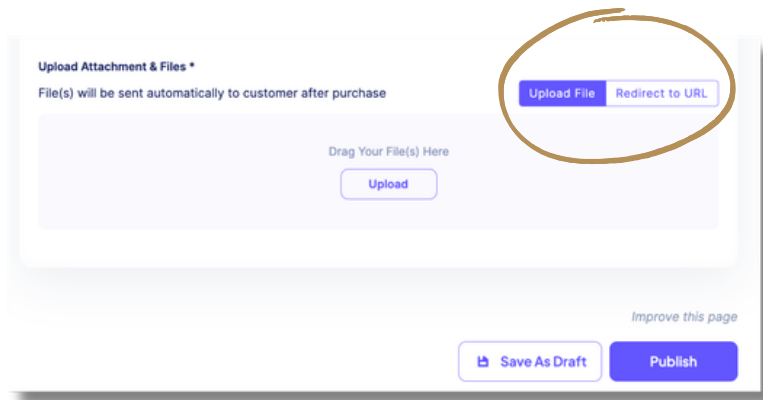
2. Cliquez sur l'option « Collecter les e-mails/applications ». C'est UNIQUEMENT pour les cadeaux !



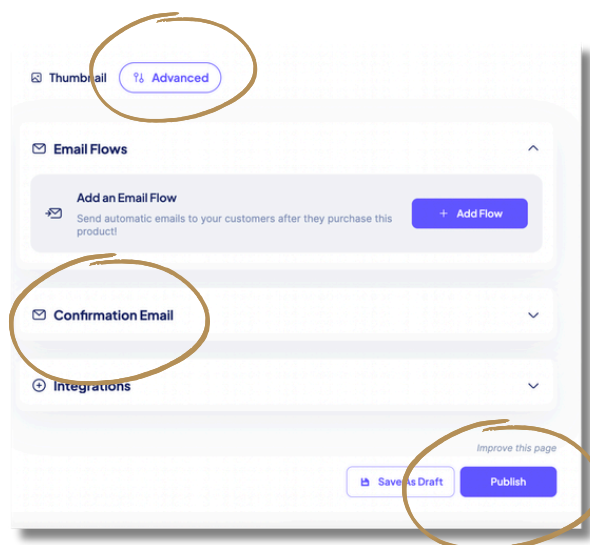
3. Téléchargez votre photo gratuite, votre titre, votre description et toute information supplémentaire souhaitée. Restez simple !



4. Téléchargez votre e-book gratuit en tant que produit numérique ou lien de redirection. Veuillez noter que vous ne pouvez télécharger que des fichiers PDF ou un lien de redirection. Vous NE POUVEZ PAS faire les deux !



5. Cliquez sur "Avancé" en haut et ici, vous pouvez ajouter votre e-mail de confirmation (j'ai déjà fait le travail pour vous : regardez sur mon modèle de confirmation de cadeau BONUS que j'ai inclus dans ce guide ci-dessous ! Copiez simplement + coller et modifier !)

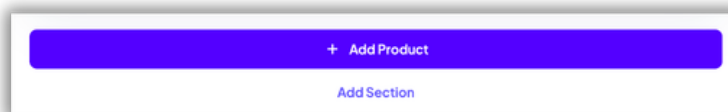


6. Cliquez ensuite sur « Publier ».

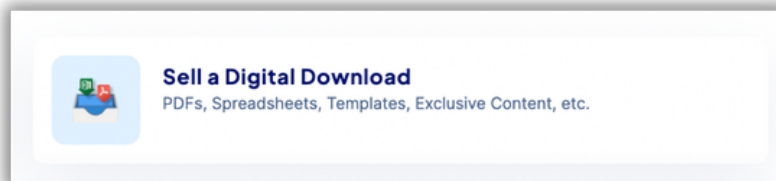
RÉPERTORIEZ VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE SUR STAN STORE

Si vous utilisez la boutique Stan, suivez ces étapes pour répertorier votre produit numérique :

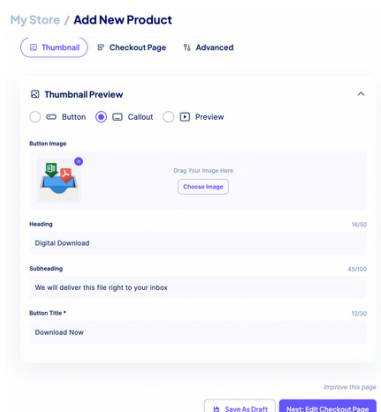
1. Accédez à votre compte Stan Store et cliquez sur « + Ajouter un produit ».



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



3. Téléchargez la photo numérique de votre produit, le titre, une brève description + un bouton d'appel à l'action. Exemples : CLIQUEZ ICI, ACHETEZ MAINTENANT, EN SAVOIR PLUS, OUI S'IL VOUS PLAÎT !



4. Accédez à la « Page de paiement », ajoutez votre « Image d'en-tête », Titre, + description du produit. N'oubliez pas que vous DEVEZ entrer plus en détail avec une offre payante, présenter des résultats, des témoignages, tout ce qui montre une preuve sociale !

My Store / Add New Product

Thumbnail **Checkout Page** Advanced

Product Description

Header Image *

Drag Your Image Here
1920 x 1080

Choose Image

Heading *

Get My [Template/eBook/Course] Now!

Product Description *

B I [List] [Image] [Video] [Link] [Generate with AI](#)

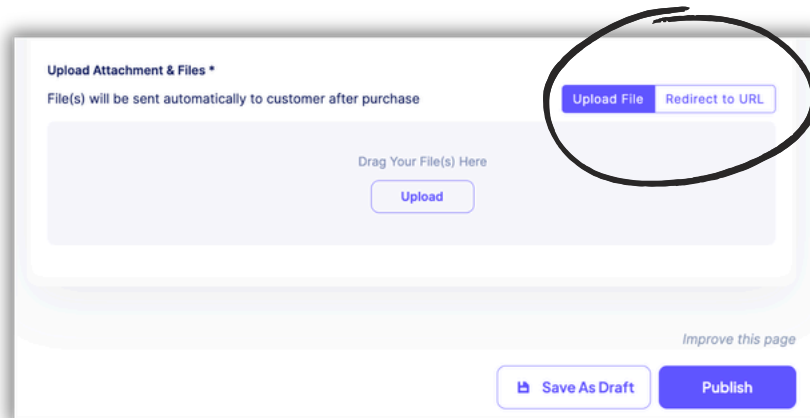
This [Template/eBook/Course] will teach you everything you need to achieve your goals.

This guide is for you if you're looking to:

- Achieve your Dream
- Find Meaning in Your Work
- Be Happy

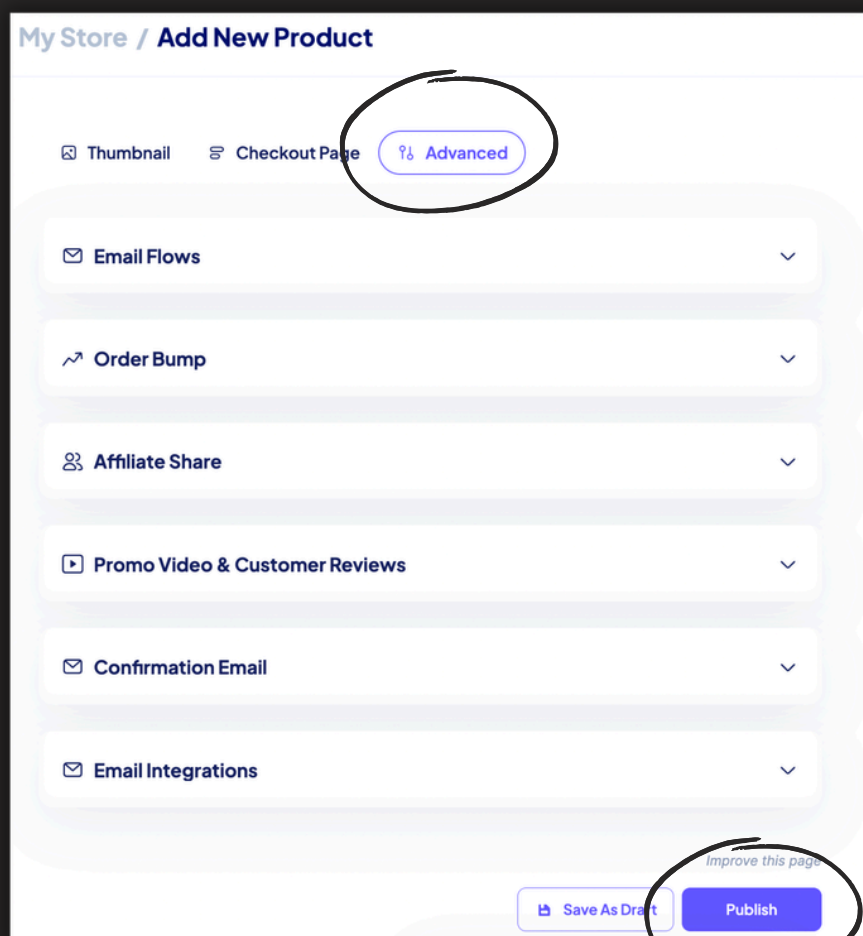
Price(\$) * 9.99 **Discount Price(\$)** 0

5. Téléchargez votre produit numérique en format pdf OU un lien MODÈLE de redirection depuis CANVA. Veuillez noter que vous ne pouvez télécharger que des fichiers PDF OU un lien de redirection, vous NE POUVEZ PAS faire les deux ! Cliquez sur « Publier ».



6. Cliquez sur "Avancé" pour utiliser des fonctionnalités telles que les flux de courrier électronique, l'upsell (vous pouvez vendre votre 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.

MAINTENANT VOUS ÊTES PRÊT À PUBLIER !



Chapitre 7

AUTOMATISEZ VOTRE ENTREPRISE



PUBLICITÉ PAR E-MAIL

Vous vous souvenez de la façon dont nous avons affiché les listes de diffusion plus tôt ?

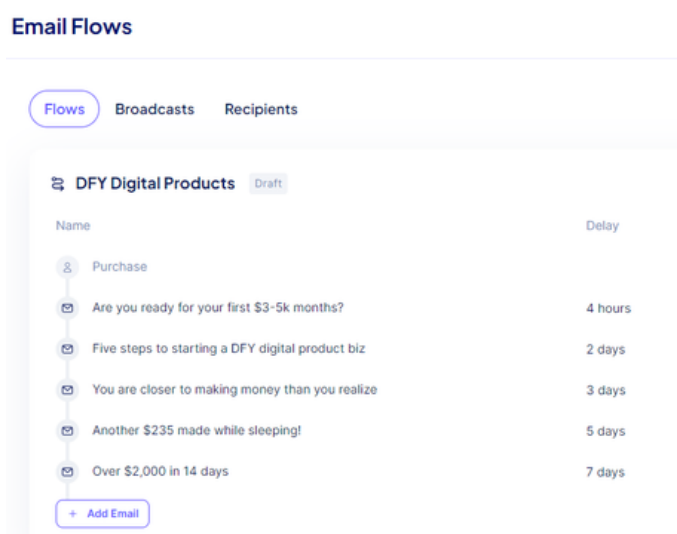
Nous allons maintenant approfondir ce sujet (marketing par e-mail), car c'est ce qui permettra à votre entreprise de fonctionner de manière automatisée.

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 !

EXEMPLE DE FLUX D'E-MAILS SUR STAN STORE



La première chose que vous devez faire est de vous assurer que vous avez mis à niveau vers un compte Creator PRO sur Stan Store. Si vous ne pouvez pas vous permettre 99 \$/mois (en gardant à l'esprit que cela inclut l'ensemble de la configuration de votre entreprise de produits numériques : listes de produits numériques, cadeaux, marketing par e-mail et plus encore), il existe d'autres possibilités telles que Flodesk (la plus jolie plateforme de marketing par e-mail) à 38\$/mois.

Cependant, votre entreprise (produits numériques, cadeaux, marketing par e-mail) ne sera pas toutes au même endroit (comme c'est le cas avec Stan Store).

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 vous configurez, qui seront automatiquement envoyés à vos prospects selon un calendrier défini.

Vous êtes-vous déjà inscrit à la liste de diffusion de quelqu'un et recevez-vous de nombreux e-mails chaque mois, semaine ou même chaque jour ? C'est un flux d'e-mails ! Ceux-ci aideront votre entreprise à fonctionner de manière automatisée (BONJOUR les revenus passifs !).

E-MAILS DE CONFIRMATION

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

Comme je vous ai dit auparavant, j'ai des modèles d'e-mails de confirmation BONUS à utiliser. Eh bien, ils sont dans cette section de l'e-book !

J'ai DEUX modèles d'e-mails de confirmation gratuits que vous pouvez copier-coller (et personnaliser comme vous le souhaitez). UN pour votre e-book gratuit et UN pour votre produit numérique payant.

P.S. VOICI COMMENT CELA FONCTIONNE...

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

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

Cela a du sens ? :)

REMARQUE : Vous n'avez PAS besoin de passer au compte Stan Store Creator PRO pour recevoir les e-mails de confirmation. Vous pouvez configurer des e-mails de confirmation avec le compte Creator de base.

MODÈLES D'E-MAILS DE CONFIRMATION

Sujet : Vous l'avez fait ! Voici votre cadeau !

MODÈLE D'E-MAIL GRATUIT

Bonjour [Nom du client],

Waouh ! Tu l'as fait ! Je suis très heureuse de partager davantage avec toi sur les produits digitaux MRR/ PLR ainsi que sur la manière dont tu peux lancer 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 reçois pas dans les 24 heures, assure-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 message sur IG [inclure l'hyperlien] à tout moment si tu as des questions ! N'hésites pas !

[Votre nom]

MODÈLES D'E-MAILS DE CONFIRMATION

Sujet : MERCI ! 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 créer et comment ta vie changera grâce à cela ! Voici ton téléchargement :

[LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT]

Envoie-moi un message sur IG [insérer le lien hypertexte] quand tu auras franchi cette étape ! J'adorerais connaître tes premiers résultats.

[Votre nom]

MODÈLE D'E-MAIL PAYANT

CONFIGURER VOTRE FLUX DE MESSAGERIE

Une fois que vous avez configuré vos e-mails de confirmation, vous pouvez alors commencer à configurer votre flux d'e-mails !

Il n'y a qu'UN seul flux de courrier électronique que vous devez mettre en place lors de votre premier lancement. Ce flux est destiné aux personnes qui optent pour votre e-book gratuit.

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

- Valeur
- Une introduction à vous-même
- Votre histoire et la promotion de votre produit

Voici le calendrier de courrier électronique que je recommande :

- Bienvenue et cadeau : Envoyez 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 payant : 24 à 48 heures après le quatrième e-mail

CONSEIL : Inscrivez-vous auprès d'autres créateurs de votre niche pour vous inspirer de leurs flux d'e-mail, mais NE COPIEZ PAS !

BONUS : j'ai inclus quelques modèles de flux de courrier électronique BONUS que vous pouvez utiliser sur la page suivante. Modifiez-les simplement et utilisez-les comme les vôtres. :)

MODÈLES DE FLUX D'EMAIL GRATUITS

E-MAIL N°1

Objet : Êtes-vous prêt pour vos premiers mois de 3 à 5 000 € ?

Avez-vous eu l'occasion de consulter mon guide gratuit ? Si tel est le cas et que vous êtes prêt à utiliser un produit numérique MRR/PLR pour lancer votre propre compte de revenus passifs, je souhaite vous inviter à acheter mon [Nom du produit].

[INSÉREZ ICI LES COMMENTAIRES SUR VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE – POUVEZ LES AJOUTER PLUS TARD]

Avec [Nom du produit], vous apprendrez tout ce que vous devez savoir pour démarrer et exploiter une entreprise de produits numériques rentable dans les 30 prochains jours (et profiter de 3 000 \$, 5 000 \$ et même 10 000 \$ et plus par mois !)

Vous aurez :

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

Il s'agit d'une entreprise entière prête à vous 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 VOUS voir prospérer !

[Votre nom]

Objet : Vous êtes plus près de gagner de l'argent que vous ne le pensez

E-MAIL N°2

Bonjour [Nom du client],

Je veux que vous sachiez que vous êtes plus près d'avoir une entreprise à revenus passifs rentable et vos premiers mois de 3 à 10 000 € que vous ne le pensez.

Que vous soyez déjà propriétaire d'entreprise ou que vous n'ayez aucune expérience...

Que vous travailliez de 9h à 17h ou que vous soyez mère au foyer...

Que vous ayez une grande présence sur les réseaux sociaux ou que vous partiez de zéro...

Vous POUVEZ consacrer quelques heures par semaine seulement pour générer un revenu qui subviendra aux besoins de votre famille et changera votre vie.

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

Et avec un produit numérique DÉJÀ FAIT POUR VOUS vous n'avez même pas besoin d'avoir une expertise particulière ni de créer votre propre produit à partir de zéro.

C'est pourquoi j'ai créé [Nom du produit - inclure un hyperlien] - pour vous aider à démarrer votre entreprise RAPIDEMENT en utilisant les étapes contenues dans et mon modèle.

Téléchargez-le, puis modifiez-le et personnalisez-le afin de pouvoir le revendre pour un bénéfice à 100%.

Commencez à générer 97 € de ventes chaque jour, plusieurs fois par jour, même pendant votre sommeil : et, tout aussi important, profitez de la liberté qui en découle.

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

Et n'oubliez pas que vous pouvez toujours m'envoyer un DM [inclure l'hyperlien] si vous avez des questions !

[Votre nom]

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

E-MAIL N°3

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 vous rapporte de l'argent pendant que vous menez une vraie vie !

Êtes-vous prêt à commencer à investir quelques heures par semaine pour générer un revenu passif continu de la même manière ?

Si tel est le cas, votre prochaine étape consiste à acheter [Nom du produit], pour lequel j'ai déjà effectué les démarches nécessaires et créé le produit pour vous.

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

Je vous soutiens et j'ai hâte de voir comment votre vie changera avec ce produit digital !

[Votre 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 vous imaginiez que c'est VOUS.

Imaginez recevoir des notifications tout au long de la semaine pendant que vous êtes avec vos enfants... ou que vous regardez Netflix... ou que vous pliez le linge... ou même que vous dormez !

Des notifications vous informant que vous venez de réaliser une autre vente sur un produit numérique (que vous n'avez même pas eu à créer à partir de zéro !), tout cela parce que quelqu'un d'autre est tombé sur un reel et a décidé qu'il voulait également participer à ce genre de vie.

Un produit qui rapporte des milliers d'euros par semaine pendant que vous ne travaillez que 2 à 3 heures : tout cela pour que vous puissiez passer le reste de votre temps à profiter des personnes que vous aimez.

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

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

Changer votre vie.

Créez une entreprise capable de fonctionner en pilote automatique et de vous offrir le temps et la liberté dont vous rêvez.

[Votre nom]

P.S. N'oubliez pas que vous pouvez toujours m'envoyer un DM [insérer un lien hypertexte] sur Instagram avec toutes vos questions. Je reste disponible pour vous.

DEUXIÈME FLUX D'E-MAILS (À L'AVENIR)

REMARQUE : Plus tard, vous souhaitez peut-être disposer d'un deuxième flux de courrier électronique, spécifiquement pour les personnes qui achètent vos produits numériques. C'est principalement si vous proposez d'autres produits que vous souhaitez vendre en tant que modules complémentaires !

IMPORTANT :

Assurez-vous de tester votre offre gratuite et payante avant de commencer à créer du contenu pour attirer les clients de vos rêves.





chapitre 8

CONSTRUCTION D'UNE COMMUNAUTÉ FACELESS

BÂTISSEZ VOTRE COMMUNAUTÉ

Lorsque vous démarrez un compte faceless, la création de votre communauté devrait être votre objectif principal. Sans communauté, vous n'avez 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 avec une marque sans visage :

COHÉRENCE

Rester cohérent signifie se présenter au moins une fois par jour. Au début, je recommande de publier 2 à 3 fois par jour pour alerter l'algorithme que vous êtes un utilisateur actif et que vous êtes sérieux. En publiant régulièrement, vous faites également savoir à votre public que vous êtes présent et fiable. Ces heures supplémentaires renforcent la confiance.

Ma règle générale est de publier 2 à 3 reels et environ 6 story par jour. Vous pouvez également intégrer des carrousels Instagram et des publications statiques tout au long de la semaine.

Si vous avez du mal à maîtriser tout cela, respirez et prenez du recul. Je sais que c'est difficile au début, mais c'est crucial pour la croissance et le développement de la confiance de votre marque.

ESTHÉTIQUE DE MARQUE CÔHÉRENTE

Je sais que nous avons déjà discuté de l'image de marque plus tôt, mais dans ce chapitre « Création d'une communauté faceless », je souhaite souligner le pouvoir d'avoir une identité de marque forte avec 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 votre entreprise (cela inclut vos reels Instagram, votre Stan Store et vos e-mails !).

Je vois tellement de pages avec toutes sortes de couleurs qui s'affrontent. Par exemple, leur compte 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 de débutant. Une marque méconnaissable, et donc moins attrayante à acheter.

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

VOTRE HISTOIRE PERSONNELLE

C'est probablement la partie la plus importante de votre image de marque (croyez-le ou non), car n'importe qui peut copier l'esthétique de votre image de marque, mais PERSONNE ne peut copier VOTRE histoire. La narration est l'un des outils marketing les plus puissants sur les réseaux sociaux, car elle permet à votre public de se connecter avec votre marque sur le plan émotionnel. Et si vous ne le saviez 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 votre public à développer la confiance avec vous beaucoup plus rapidement, à mesure qu'il réalise que vous êtes 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 vos rêves à vous trouver. Lorsque vous faites défiler Instagram et que vous voyez un Reel qui vous arrête net, parce qu'il raconte une histoire qui vous parle, que faites-vous ? Vous continuez à regarder et à lire, et si cela vous parle, vous l'aimerez probablement, le sauvegarderez, le partagerez et peut-être même suivrez ce créateur !

Vous devez partager votre histoire dans vos Reels, vos légendes, vos Stories Instagram et vos e-mails.

Voici quelques exemples de votre histoire : pourquoi vous avez démarré cette entreprise, votre histoire qui a mené à cette opportunité et comment elle a changé votre vie.

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 "suivre", 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

DANS LES COULISSES

Créez du contenu centré sur de véritables aperçus de votre réalité sans révéler votre visage. Par exemple : un coup d'œil à votre bureau à domicile, un repas que vous avez cuisiné, un article sur « des faits sur moi », tout ce qui s'est passé d'excitant dans votre journée. Celles-ci trouvent plus d'écho auprès des adeptes que la parfaite mise en scène. N'oubliez pas que vous êtes une vraie personne derrière votre contenu sans visage et les gens doivent le voir !

LIENS COMMUNAUTAIRES

Répondez aux messages et aux commentaires de vos abonnés avec le même ton que celui d'un vrai ami. Posez 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 votre 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 ! Par exemple, vous pouvez utiliser des mots tels que « boss girls », « boss babes », « introverted girl boss » dans vos story, vos légendes et vos e-mails pour donner à votre public le sentiment de faire partie d'une communauté où d'autres filles partagent les mêmes idées ! Cela favorise le développement de la communauté !





chapitre 9

MARKETING SANS VISAGE : STRATÉGIES INSTAGRAM

REELS INSTAGRAM



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

IMAGES B-ROLL

Les séquences B-Roll sont essentiellement un contenu d'arrière-plan que vous utilisez comme vidéo pour votre reel. C'est devenu une méthode très populaire pour les reels, ce qui est BIEN, car cela signifie moins de travail pour vous ! Cela signifie également que vous n'êtes pas obligé de montrer votre visage si vous ne le souhaitez pas.

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

Voici des exemples de séquences B-Roll :

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

Essentiellement, n'importe quelle chose aléatoire qui se passe dans votre vie.

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

Ajoutez-les à un album sur votre téléphone afin qu'ils soient faciles à trouver et à sélectionner lorsque vous créez vos reels.

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 avec les ongles

Vous n'avez pas le temps de filmer ou vous ne pouvez tout simplement pas vous en soucier ? Ne vous inquiétez 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 :

- **Social Stocks Co. (mon préféré et celui que j'utilise)**
- <https://www.the-content-cove.com>
- <https://www.packsia.com>

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 vous débutez 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 vos produits numériques avec le monde ! Prenez-le à votre avantage !

Si vous me suivez, vous avez 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.

Vous ne me verrez pas publier des reels sur la dernière tendance de la danse. Chaque reel 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 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 :

ÉDUQUER

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.

SOUVENEZ-VOUS:

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.

CONTENU ENREGISTRABLE + PARTAGEABLE

L'objectif de chacune de vos reels (ou du moins de la plupart d'entre elles si vous souhaitez 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 AU CONTENU VIRAL !

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

Le contenu est suffisamment spécifique à votre 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 votre suiveur idéal.

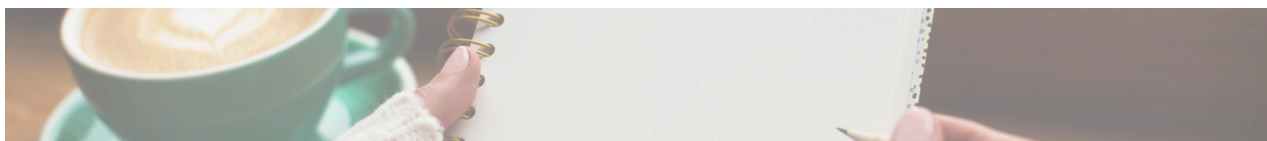
Il peut s'agir de connaissances, d'encouragements, d'orientations, de conseils, d'idées, etc. Tout ce qu'ils voudraient « sauvegarder » et sur lequel ils pourraient revenir plus tard.

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

N'OUBLIEZ PAS : Plus vos reels sont partagés et sauvegardés, plus il y a de chances qu'elles deviennent virales !



L'ACCROCHE



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

Vous devriez avoir un hameçon solide à deux endroits sur votre reel :

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

Le travail de cette accroche est de les amener à arrêter leur défilement et à suivre votre reel.

Vous devez placer cette accroche sur votre vidéo sous forme de texte.

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

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

Plus la légende est bonne -> plus, vous passerez de temps à la lire -> plus votre reel aura de temps de visionnage -> plus votre reel sera poussé vers plus de personnes.

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

ACCROCHES BONUS

"Voici un raccourci pour ___" (comment passer de A à B)
"Comment ___ en (x) minutes" (insérez les points faibles de votre 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 votre 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 vous voulez ___" (désir)
"La plus grande idée fausse à propos de ___" (briser un mythe)
"Vous avez fait ___ du tort à votre vie entière!" (un sujet spécifique)
"3 règles pour débloquer ___" (un résultat spécifique)
"5 façons de ___" (atteindre un résultat souhaité)
"Ce hack va vous époustoufler !" "Mon voyage de 0 à ___" (nommez votre statut actuel)
"Le vrai secret sur ___" (un sujet spécifique)
"Vous ne croirez pas ce ___ hack !" "Ma stratégie secrète pour ___"
"Le moyen le plus rapide pour ___ maintenant"
"Si vous voulez ___, vous devez essayer ceci !" "Les 5 meilleurs conseils pour ___"
"Comment maîtriser ___"

ACCROCHES BONUS

5 faits surprenants sur ___ » « Si vous voulez atteindre X, vous devez ___ » « 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 vous devez 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 vous faites de mal et qui vous retient de (objectif)] » « Êtes-vous fatigué de (problème) ? Voici comment y remédier. » « Ne faites pas ces erreurs lorsque (tâche ou objectif) » « La vérité sur (idée fausse ou croyance courante) » « La façon (adjectif) d'améliorer votre (compétence ou tâche) » « (Nombre) de choses que vous ne saviez pas vous pourriez faire avec (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 vous voulez atteindre X, vous devez ___" "Les erreurs les plus courantes lorsque ___"

ACCROCHES 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 votre premier ___ » « Arrêtez de faire ça si vous voulez X Volez mon ___ » « Arrêtez de faire ces erreurs ___ » « 5 faits que vous ne connaissiez pas ___ » « 3 raisons pour lesquelles vous devez start ___ » « La science derrière ___ » « Mes principales ressources pour ___ » « Comment booster votre ___ » « Les 5 principales choses que vous devez 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 vos reels sont importants pour augmenter l'engagement, la durée de visionnage et la conversion de followers/clients !

Semblable à votre accroche, vous disposez de plusieurs options différentes en ce qui concerne votre CTA.

N'hésitez pas à utiliser l'un ou les deux pour chaque reel :

1. CTA à l'écran : cela peut être utilisé soit pour envoyer vos téléspectateurs vers votre 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 : vous souhaitez inclure au moins un CTA dans votre légende, et n'hésitez pas à en inclure plusieurs !

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

J'utilise toujours 2 CTA comme « commentez "MOT" pour que j'envoie le lien » ou « suivez @createurfaceless pour plus de conseils et d'inspirations ».

P.S. Consultez la page suivante pour vos CTA BONUS !

CTA BONUS

- Voir la légende pour en savoir plus
- Commentez [MOT] pour le lien vers ___
- Tague quelqu'un que tu connais qui a besoin de voir ça !
- Décrivez votre journée en 3 émojis
- Légende ceci !
- Levez la main si vous voulez comprendre !
- Rendez-vous dans mes stories pour plus d'informations !
- Partager les bonnes choses ! Identifiez votre meilleur ami du business dans les commentaires
- N'oubliez pas de SAUVEGARDER ce message pour plus tard !
- Suivez-moi pour en savoir plus
- Partagez ceci avec la première personne qui apparaît lorsque vous cliquez sur Partager
- Partagez votre avis dans les commentaires
- Partagez ceci avec un ami qui ___
- Pouvez-vous comprendre ? Commentaires ci-dessous !
- Rendez-vous sur mon lien dans la bio pour le guide gratuit
- Vole ma stratégie dans la légende
- Si vous avez trouvé cet article utile, enregistrez-le pour plus tard !
- Des questions ? Commentaires ci-dessous !
- Rendez-vous sur le lien dans ma bio pour réclamer le vôtre !
- Si vous êtes d'accord, commentez votre émoji préféré !
- Qu'est-ce que j'ai raté ? Commentaires ci-dessous !
- Enregistrez ce message pour la prochaine fois que vous en aurez besoin ___
- Allez voter pour votre préféré dans mes stories !
- Les places sont limitées, réservez votre place maintenant !
- Aimez ce post si vous ___
- Activez les notifications de publication pour ne pas manquer le ___

VOTRE MESSAGE PRINCIPAL

Votre message principal est le message que vous souhaitez faire passer avec votre reel.

Vous avez 2 options : Vous pouvez mettre le contenu de votre message principal sous forme de texte à l'écran dans le reel lui-même.

OU incluez-le dans votre légende et utilisez un CTA rapide pour envoyer les gens vers votre légende comme je viens de le démontrer.

N'oubliez pas que votre message principal est un contenu partageable ou enregistrable. Voici donc quelques questions à vous poser :

- Offrez-vous de la valeur à votre client ou suiveur idéal ?
- Votre message concerne-t-il votre client ou votre suiveur idéal ?
- Votre message donne-t-il des idées, des orientations, des encouragements ou des conseils de quelque sorte ?

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

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

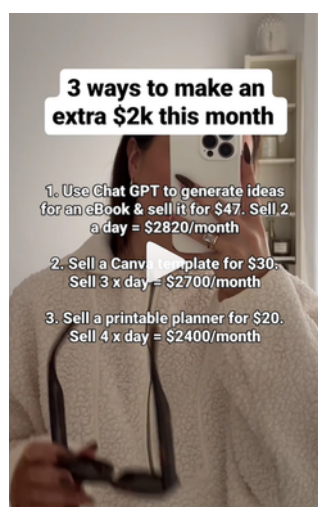
Pour décider de mettre ou non votre message principal à l'écran ou en légende, voici quelques conseils :

- N'incluez-le à l'écran que si vous pouvez le faire sans surcharger l'écran, rendre le texte difficile à lire ou rendre la vidéo trop longue.
- Si vous l'incluez à l'écran, assurez-vous de modifier la vidéo afin que le texte apparaisse en synchronisation avec le rythme ou les battements de l'audio sélectionné.

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

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

Voir deux exemples de reel avec un message principal à l'écran et un exemple de reel qui envoie les téléspectateurs 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 CLÉ si vous souhaitez toucher plus de personnes, car Instagram est plus susceptible de diffuser votre vidéo auprès d'un plus grand nombre de personnes.

Vous saurez si un audio est tendance s'il comporte une flèche diagonale vers le haut. Si vous cliquez sur cette flèche sur une vidéo, vous accéderez à toutes les vidéos utilisant cet audio et vous pourrez voir combien de fois cet audio spécifique a été utilisé.

Ensuite, si vous cliquez sur ce bouton : **↗ Trending • 1,037 reels** vous verrez une liste des 50 meilleurs audios à la mode !

Je recommande d'utiliser des audios tendance avec moins de 5 000 à 10 000 utilisations maximales. Mieux encore : il faut que la vidéo « originale » compte plus de 1M de vues avec des commentaires récents.

Astuce : utilisez votre temps de défilement à bon escient ! Pendant que vous parcourez IG et trouvez des vidéos, des audios et/ou des tendances que vous aimez, ENREGISTREZ-les ! Vous pouvez enregistrer des réels dans des dossiers et vous pouvez également enregistrer vos audios préférés pour les utiliser plus tard. Assurez-vous simplement qu'ils sont toujours à la mode lorsque vous les utilisez.



PHOTO DE COUVERTURE

La photo de couverture de votre réel est ce que les gens verront à la fois dans la « grille » de votre profil (la vue principale de votre profil) et dans l'onglet de vos réels.

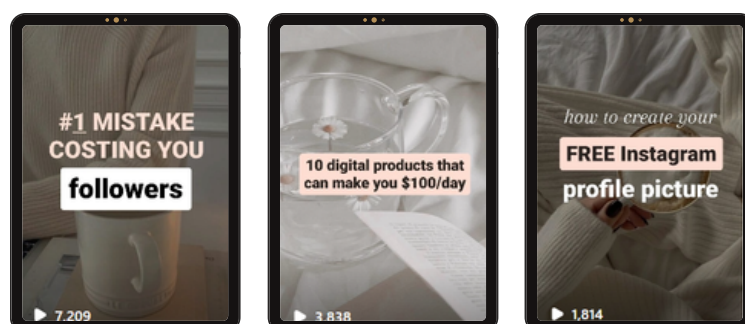
Idéalement, vos photos de couverture indiquent clairement le sujet de chaque réel et encouragent les abonnés ou visiteurs à cliquer sur votre vidéo lorsqu'il est sur votre profil.

La plupart des gens sont d'accord pour dire que des profils parfaitement alignés et esthétiques ne sont pas nécessaires. Cependant, je pense qu'il est toujours important de rester fidèle à sa marque et de s'assurer que vous suivez une ligne directrice.

Vos options :

1. Choisissez une image existante de votre vidéo comme couverture. Assurez-vous que le cadre que vous choisissez comprend au moins le texte d'accroche à l'écran.

2. Téléchargez une photo de couverture à partir de votre pellicule. Vous pouvez utiliser Canva pour concevoir une photo de couverture si nécessaire (utilisez la taille 1080 x 1920 pour une photo de couverture de réel).



SOYEZ CRÉATIF ET ORIGINAL

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

Lorsque vous parcourez Instagram, faites attention aux tendances que vous voyez encore et encore et utilisez-les à votre avantage.

La clé ici est d'ÊTRE ORIGINAL ! Suivez les tendances et utilisez des audios tendance, mais apportez-y votre propre touche.

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

Il peut être ennuyeux de voir les mêmes messages encore et encore, mais c'est là que votre véritable créativité ressort et que vous pouvez vous exprimer de manière unique !

CONSEIL :

Il n'est pas toujours nécessaire de réinventer la roue ! Si vous voyez un reel qui a bien fonctionné, recréez-le, mais NE copiez PAS. Le but du jeu est de modéliser ce qui fonctionne déjà !

VOTRE LÉGENDE

N'oubliez pas que votre légende doit commencer par une accroche solide qui incite les gens à lire son 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 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.
- Assurez-vous d'inclure votre accroche, votre CTA, vos hashtags et mots-clés, puis votre signature à la fin.
- Raconter une histoire est la clé ! Partagez vos expériences et soyez humble et honnête (même sans montrer votre visage). C'est énorme si vous voulez gagner la confiance + convertir les cibles en abonnés.
- 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 réel (surtout s'il s'agit d'un court clip de 5 à 7 secondes), ce qui signifie qu'elle devra être montrée à plus de gens.

VOTRE SIGNATURE

Votre signature est un appel d'une phrase à vous suivre que vous mettez à la fin de chaque légende. Cela dira très rapidement aux personnes qui vous êtes et pourquoi ils voudraient vous 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 !

Voici ce que j'utilise sur la plupart de mes réels :

Suivez-moi pour plus de conseils et de motivations.

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

Astuce : utilisez la fonction « Remplacement de texte » dans les paramètres de votre téléphone pour enregistrer votre 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 pros recommandent toujours de les utiliser et personnellement, je trouve encore beaucoup de contenu que j'aime qui les utilisent !

Pouvez-vous obtenir une grande portée sans eux ? Bien sûr, mais je ne pense pas que leur utilisation vous fera du mal ! Si vous choisissez d'utiliser des hashtags dans votre légende, je me concentrerais sur les hashtags moins saturés. Il est moins probable que votre vidéo soit trouvée avec un hashtag ayant des millions d'utilisations.

Les mots-clés sont une nouveauté sur Instagram.

Fondamentalement, vous devez vous assurer que votre texte à l'écran ET votre légende contiennent des mots-clés pertinents afin que l'algorithme diffuse votre contenu aux bonnes personnes.

Par exemple, certains mots-clés que j'aime inclure dans mes réels sont : [#strategiedecontenus](#) [#strategiedigitale](#) [#creationdecontenus](#) [#conseilinstagram](#) [#conseilbusiness](#) [#entrepreneuraufeminin](#) [#strategiedecontenus](#) [#creationdecontenus](#) [#entrepreneusescréatives](#) [#entrepreneurlife](#)

Si votre légende est courte ou si vous souhaitez ajouter des mots-clés, vous pouvez toujours simplement les saisir sous vos hashtags dans votre légende.

PLUS DE CONSEILS INSTAGRAM

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

Votre image de marque : en parlant de polices, je vous recommande de rester cohérent avec les polices et les schémas de couleurs que vous utilisez dans votre contenu. Faites en sorte que votre marque soit reconnaissable !

Durée de la vidéo : la plupart de vos vidéos doivent durer entre 5 et 7 secondes. C'est un temps idéal qui a fait ses preuves !

Filtres : n'en faites pas trop avec les filtres et n'utilisez pas de filtres fous.

Emplacement du texte : assurez-vous que votre texte se trouve dans un endroit facile à lire et qu'il n'est pas masqué par votre nom d'utilisateur, le début de la légende ou les graphiques.

Enregistrez au fur et à mesure : « Enregistrer comme brouillon » le plus souvent possible. Pour plus de sécurité, enregistrez vos brouillons sur votre pellicule (vous devrez les enregistrer sans l'audio, alors, assurez-vous d'avoir enregistré cet audio pour l'utiliser plus tard).

Planifier à l'avance : vous pouvez créer un réel et programmer sa publication ultérieure si nécessaire.

Lisez [cet article](#) pour savoir comment faire.

Faites attention aux données : vous avez besoin d'un compte de créateur pour voir les données et avoir un tableau de bord professionnel. Ne vous en inquiétez pas trop, mais faites attention aux données des réels qui fonctionnent le mieux. Et rappelez-vous, ce n'est pas seulement une question de likes ! Parfois, vous aurez plus de partages, de sauvegardes ou de commentaires que de likes. Tout type d'interaction est une bonne interaction !

Répondre aux commentaires : prenez quelques minutes pendant votre temps libre pour parcourir et répondre aux commentaires. Cela incitera les gens à revenir sur votre réel et améliorera vos taux d'engagement ! Interagissez avec vos abonnés, posez des questions et établissez un lien de confiance.

Restez simple : les réels ne doivent pas nécessairement être compliqués ou prendre beaucoup de temps. Avant, je ne publiais JAMAIS de réels parce que je pensais que j'avais besoin de compétences en montage vidéo pour les rendre sophistiquées et de haute qualité. Ce n'est pas vrai !

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

Restez cohérent : je ne saurai trop insister sur ce point ! Pensez sur le long terme. Ne postez pas simplement pour essayer de devenir viral. Gardez à l'esprit votre cible idéal et présentez-vous systématiquement à elle. L'algorithme n'est PAS là pour vous pénaliser !

[Voici un article sur comment voir les statistiques de vos reels.](#)

CHECKLIST

- Une excellente accroche pour attirer vos abonnés
- Le CTA qui 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 votre histoire)
- Soyez fidèle à la marque (polices, couleurs, ton, message)



AIDE - MÉMOIRE IG

- Planifiez à l'avance : connaissez votre message, votre accroche et votre appel à l'action avant d'appuyer sur ce bouton d'enregistrement. Je recommande de planifier une semaine de Reels pour simplement les avoir sous la main.**
- La qualité plutôt que la quantité : il est préférable d'avoir un reel bien conçu plutôt que plusieurs reels médiocres. Investissez du temps dans l'édition pour un look soigné.**
- Soyez bref et doux : les reels Instagram doivent durer jusqu'à 7 secondes. N'oubliez pas que moins c'est plus. Visez 5 à 7 secondes pour un engagement maximal.**
- Utilisez de la musique et des effets tendance : utilisez la bibliothèque de musique et d'effets spéciaux tendance d'Instagram, ainsi que des modèles pour rendre vos reels plus attrayants et partageables.**
- Utilisez des légendes : votre accroche a attiré leur attention. Vos sous-titres doivent contenir suffisamment d'informations pour qu'ils restent lisibles, permettant ainsi à votre reel de continuer à tourner en boucle. C'est génial pour l'algorithme.**
- Interagissez avec votre public : répondez aux commentaires et aux questions sur vos reels. Cela favorise non seulement la communauté, mais augmente également la visibilité de votre reel. Utilisez des outils d'automatisation pour vous aider et gagner du temps.**
- Analysez et adaptez-vous : utilisez Instagram Insights pour suivre les performances de vos reels. Prenez note de ce qui fonctionne et affinez votre stratégie en conséquence.**
- Soyez authentique : l'authenticité résonne. Soyez vous-même et votre public sera plus susceptible de s'engager et de donner suite à votre appel à l'action.**
- La cohérence est la clé : une publication régulière augmente vos chances de réussir. Essayez de publier au moins 4 à 5 fois par semaine pour maintenir l'engagement de votre public et attirer de nouveaux abonnés.**
- Promotion croisée : ne limitez pas vos reels à Instagram. Partagez-les sur d'autres plateformes sociales et même dans vos newsletters par e-mail pour maximiser la portée.**

STORYS INSTAGRAM

Publier sur vos storys Instagram est un élément de votre stratégie marketing que vous ne devez pas ignorer !

Les personnes qui regardent vos storys s'intéressent à vous et à ce que vous avez à offrir ! Je les appelle les « prospects les plus chauds ».

Je recommande de publier dans vos storys et de partager des éléments tels que : des mises à jour sur vos ventes, des captures d'écran des messages/témoignages entrants, ou même simplement un aperçu de votre vie quotidienne. Ce sont tous d'excellents moyens d'établir une connexion avec votre public.

Si vous ne savez pas trop quoi partager ou comment mettre en page vos storys, commencez à observer les storys d'autres comptes, mais ne les copiez pas. Et bien sûr, n'hésitez pas à consulter le mien pour vous inspirer également !

Une fois que vous aurez commencé à publier des storys qui peuvent être utiles à votre public, vous devez créer des highlights pour votre profil.

Je recommande d'avoir des highlights comme :

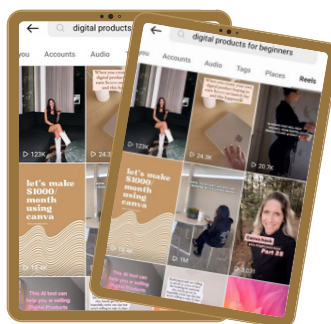
Vos résultats / Votre histoire / votre pourquoi / FAQ / Informations sur votre cadeau / Informations sur votre produit numérique / Témoignages

CONSEIL :

Vous pouvez même utiliser Canva pour créer vos propres couvertures Highlight avec les couleurs de votre marque, ou en acheter pour quelques euros sur Etsy en recherchant « Highlights Instagram » !



Besoin d'inspiration ? Si jamais vous êtes à court d'idées, n'hésitez pas à parcourir Instagram pour vous inspirer d'autres créateurs de votre niche. Vous avez peut-être remarqué que les gens se modèlent souvent les uns les autres et ce n'est pas grave à condition de ne pas copier mot pour mot !



Sur la page suivante, j'ai inclus quelques idées de storys que vous pouvez utiliser !

IDÉES DE STORY INSTAGRAM

AIDE - MÉMOIRE IG

- Partagez pourquoi vous avez démarré votre entreprise
- Partagez ce qui a inspiré votre image de marque ou votre nom
- Partagez ce qui a inspiré un certain produit
- Partagez vos valeurs fondamentales et pourquoi elles comptent pour vous
- Partagez votre mission et pourquoi votre public en fait partie
- Partagez avec vous une avancée majeure réalisée par un client
- Partagez votre histoire de transformation, avant – pendant – après
- Partagez une difficulté ou une lutte et comment vous l'avez surmontée
- Partagez une erreur que vous avez commise et ce que vous en avez appris
- Partagez une histoire sur quelque chose qui s'est passé cette semaine
- Partagez une leçon que vous avez apprise cette semaine et comment cela peut les aider également
- Partagez une idée fausse courante sur vous-même ou votre marque
- Partagez quelque chose sur vous avec lequel votre public cible s'identifiera
- Partagez un changement de mentalité que vous avez eu lors de l'utilisation de votre produit
- Partagez une histoire drôle ou quelque chose qui vous a fait sourire
- 3 conseils pour vous aider _____
- 5 outils pour vous aider _____ Démystifier un mythe de l'industrie
- Partagez une statistique choquante liée à votre secteur
- Partagez un tutoriel
- Partagez un hack permettant de gagner du temps lié à votre secteur d'activité
- Partagez un hack pour économiser de l'argent lié à votre secteur
- Interviewer un autre expert du secteur
- Faites une séance de questions-réponses répondant aux principales questions de l'industrie
- Relevez un défi de 7 jours en perdant des connaissances chaque jour
- Créez un message « Demandez-moi n'importe quoi » et répondez dans les commentaires
- Partagez les meilleurs sites Web du secteur pour vous aider
- Partagez les meilleurs livres à lire dans votre secteur

IDÉES DE STORY INSTAGRAM

AIDE - MÉMOIRE IG

- Partagez les meilleurs podcasts à écouter dans votre secteur
- Partagez des applications utiles dans votre secteur
- Expliquez pourquoi quelque chose est ainsi dans votre secteur
- Partagez un ou deux faits historiques liés à l'industrie
- Partagez les erreurs à éviter dans votre secteur
- Partagez une liste de contrôle pour quelque chose lié à l'industrie
- Partager les avis des clients
- Partagez une histoire de transformation client (de votre point de vue)
- Partager le contenu généré par les utilisateurs (par exemple, unboxing)
- Faire une démonstration du produit / démonstration de son fonctionnement
- Organisez une rencontre de l'industrie (virtuelle ou en personne)
- Partagez une opinion impopulaire avec laquelle votre client cible serait d'accord
- Partagez un fait inhabituel ou inconnu sur votre communauté
- Partagez quel produit quelqu'un devrait acheter en fonction de ses caractéristiques
- Partager une étape importante dans votre entreprise ou votre communauté
- Montrez comment vous améliorez votre communauté environnante
- Expliquez pourquoi quelqu'un voudrait faire partie de votre communauté

IDÉES DE STORY INSTAGRAM


AIDE - MÉMOIRE IG

- Faire une comparaison de produit avec un concurrent
- Partagez des conseils sur la façon de tirer le meilleur parti de votre produit
- Partagez une façon unique et inattendue d'utiliser votre produit
- Partagez ce qui rend votre produit unique
- Partagez ce que les clients disent qu'ils préfèrent à propos de votre produit et pourquoi
- Demandez à un ami/étranger de faire une évaluation impromptue du produit
- Faites une visite guidée du produit (montrez tout ce que vous proposez)
- Demander des commentaires sur les produits
- Partagez un avant et un après l'utilisation de votre produit
- Partagez une idée fausse courante sur votre produit
- Résoudre une objection courante concernant l'utilisation de votre produit
- Partagez comment votre produit fait gagner du temps aux gens
- Partagez comment votre produit permet réellement aux gens d'économiser de l'argent
- Montrez à quoi ressemblerait la vie avec votre produit
- Montrez à quoi ressemblerait la vie SANS votre produit
- Partagez une citation ou une pensée de motivation
- Appelez votre client cible en décrivant qui vous recherchez
- Créez du contenu « pertinent » basé sur une frustration de l'industrie ou un moment amusant
- Présentez visuellement votre communauté et ce que vous représentez
- Partagez une pensée aléatoire avec laquelle votre client cible serait d'accord
- Appelez un problème de votre client cible et résolvez-le
- Montrez à quel point vous ressemblez à votre client cible
- Partagez une histoire de motivation sur un client
- Partagez votre souvenir préféré d'un client/de votre entreprise
- Montrez comment vos clients sont connectés les uns aux autres
- Partagez vos créateurs ou experts préférés à suivre dans l'industrie

A modern living room with a dark grey sofa, a light grey coffee table, and two wall-mounted spotlights. The room is dimly lit, with the spotlights creating a focused glow on the wall behind the sofa. The coffee table has a bowl of green fruit on top and some papers underneath.

chapitre 10

INFOS JURIDIQUES (DROITS DE REVENTE MRR/PLR)



La bonne nouvelle est que la configuration de vos conditions générales pour votre boutique Stan est assez simple !

Il y a DEUX PARAGRAPHES (les deux premiers points numérotés) de vos Conditions générales que vous devez modifier dans le but d'offrir des droits de marque privée afin que vos clients aient la possibilité de modifier et de revendre votre guide. Vous pouvez sélectionner ces deux paragraphes et simplement les remplacer par ce qui suit :

Paragraphe 1:

Sous réserve de votre respect des présentes conditions d'utilisation, la société [votre société] vous accorde par la présente des droits de marque privée lors de l'achat de [insérer le nom de vos produits numériques ici], ce qui vous accorde le droit de modifier, de revendiquer l'appartenance et de revendre ce produit avec 100 % des bénéfices. Les droits supplémentaires incluent : le droit d'ajouter ce produit à un site d'adhésion ou à un forfait dans un package ; le droit de créer des produits audio ou vidéo en utilisant ce produit ; le droit de donner le produit aux abonnés ou aux clients ; le droit de modifier la page de vente et/ou les graphiques ; le droit de diviser le produit en sections distinctes ; le droit d'ajouter ou de supprimer du contenu sur le produit ; le droit d'y inscrire votre nom ; le droit de modifier ou de créer vos propres couvertures pour le produit ; le droit de céder, vendre ou transférer les droits de marque privée à un tiers.

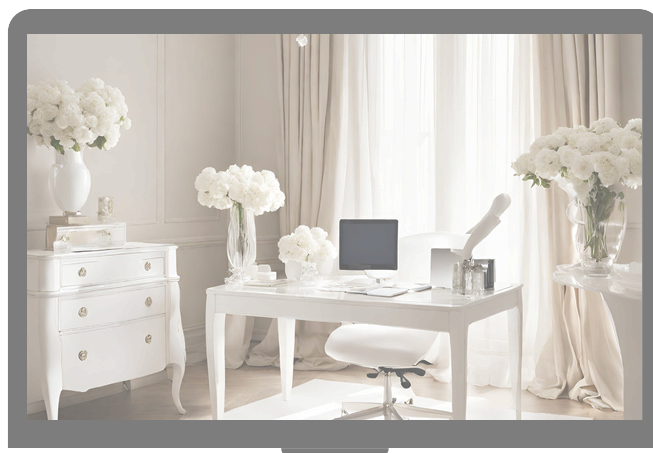
Paragraphe 2 :

Tout le contenu NON inclus dans [insérer le nom de vos produits numériques ici] lui-même, y compris les graphiques, les descriptions de Stan Store, ainsi que le contenu et les vidéos des réseaux sociaux relatifs au produit, sont protégés par le droit d'auteur, sauf indication contraire, et sont la propriété de la société et/ou d'un fournisseur de la Société. Aucun matériel de ce type ne peut être utilisé sauf dans les cas prévus dans les présentes conditions d'utilisation.

Remplacez ensuite toutes les lignes vides dans le reste de vos Conditions par votre nom et/ou le nom de votre entreprise ou vos coordonnées lorsque vous y êtes invité.

*Une fois que vous avez terminé, assurez-vous de sauvegarder vos mises à jour !

****Il est important de noter que différents pays auront des exigences différentes concernant les aspects juridiques de la possession de votre propre entreprise. Veuillez vous assurer de faire des recherches individuelles et de toujours demander l'aide d'un professionnel, si vous en avez besoin.****



ASPECTS LÉGAUX

Cette partie de la création d'une entreprise peut vous sembler étrangère, voire embarrassante, et c'est tout à fait normal ! Ce n'est vraiment pas si compliqué.

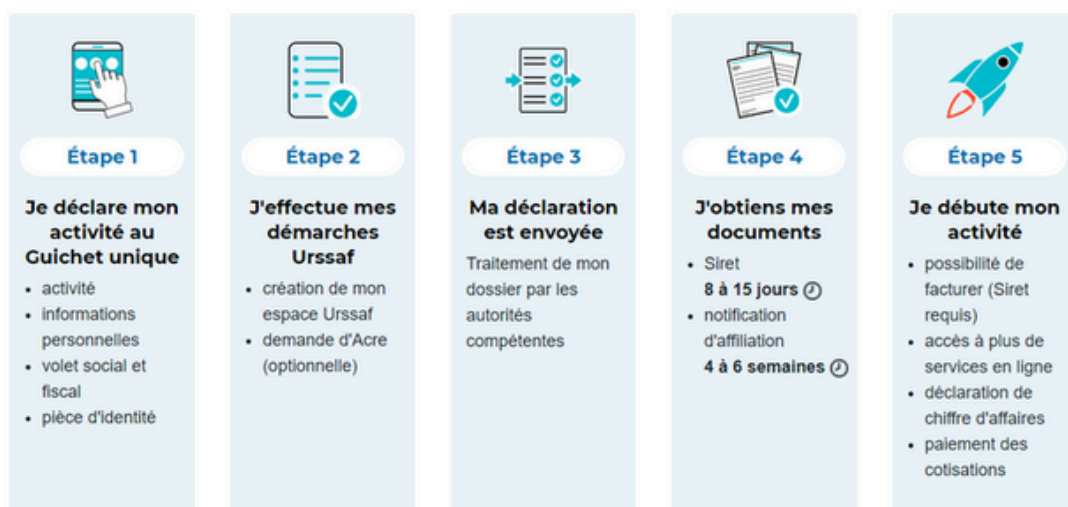
En fait, à part ajouter vos droits de label privé à vos conditions générales, vous n'avez PAS besoin de vous précipiter pour accomplir ces étapes (création de votre micro entreprise et obtention de votre SIRET) avant de lancer votre produit.

Vous aurez le temps et la possibilité de le faire plus tard dans les mois à venir. Idéalement, vous devez simplement régler ces formalités avant de déposer votre déclaration d'impôt.

Si vous n'êtes toujours pas auto-entrepreneur, voici un [lien](#) utile qui vous aidera facilement.

À compter du 1^{er} janvier 2023, effectuez toutes vos formalités sur formalites.entreprises.gouv.fr.

Les étapes de la création d'une auto-entreprise



A modern office interior featuring a prominent spiral staircase with a metallic frame and wooden treads. The space is furnished with several black, ergonomic office chairs and a small round table. Large windows offer a panoramic view of a city skyline. A large, circular recessed ceiling light fixture is visible above. The overall aesthetic is clean and professional.

chapitre 1 1

LANCEMENT

LANCEMENT

Ça y est ! Vous avez atteint la phase de lancement.

Une fois que vous avez choisi vos produits numériques, votre Stan Store, vos flux de courrier électronique (facultatif) et votre Instagram, et que tout fonctionne correctement et sont bien configurés, vous êtes officiellement prêts à lancer votre produit et commencer à en faire la promotion.

Voici quelques astuces 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 les curiosités !

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 !

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 guide gratuit ! 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 inciter jusqu'à ce qu'ils soient prêts à acheter au fil du temps.

Et si vous êtes inquiet(e) de ne pas avoir d'engagement au début, n'ayez pas peur de demander. Ça peut être un message à quelques personnes de votre entourage pour les inciter à s'engager sur vos publications !

Enfin, AMUSEZ-VOUS ! Soyez vous-même. Soyez authentique. Soyez AUDACIEUX(SE). Et prévoyez de célébrer d'une manière ou d'une autre votre victoire quoi qu'il arrive.

Ayez confiance en vous, appliquez bien les bonnes stratégies et la liberté financière n'est qu'une question de temps !

Conditions générales du MRR et du PLR

Sous réserve de votre respect des présentes conditions d'utilisation, la société vous accorde par la présente des droits de marque privée et des droits de revente principale lors de l'achat de cet e-book, qui vous accorde le droit de modifier, de revendiquer l'appartenance et de revendre ce produit avec 100 % de bénéfices.

Les droits supplémentaires incluent : le droit d'ajouter ce produit à un site d'adhésion ou à un forfait dans un package ; le droit de créer des produits audio ou vidéo en utilisant ce produit ; le droit de modifier la page de vente et/ou les graphiques ; le droit de diviser le produit en sections distinctes ; le droit d'ajouter ou de supprimer du contenu sur le produit ; le droit d'y inscrire votre nom ; le droit de modifier ou de créer vos propres couvertures pour le produit ; le droit de céder, vendre ou transférer les droits de marque privée à un tiers.

Les pages de couverture DOIVENT être renommées et modifiées avant la revente. Notre couverture ci-dessus ne peut PAS être utilisée lors de la revente du guide. Cette pratique est fondamentale pour aligner le guide avec votre marque. Des modèles de couverture alternatifs sont disponibles sur CANVA. Pour différencier votre marque des autres acheteurs, nous vous recommandons de modifier la mise en page, l'image, la police et/ou le titre si vous utilisez ces modèles.

Nous vous demandons également de vous abstenir d'utiliser les images promotionnelles sur notre site Stan store ainsi que de copier et coller la description de notre produit.

Nous vous encourageons plutôt à créer votre propre description du produit et à utiliser vos propres annonces. Faire quelques ajustements pour personnaliser le produit est toujours un choix judicieux lors du changement de marque en vue de la revente.

[Cliquez ICI pour accéder à votre guide modifiable !](#)