

**VENDRE SANS SAVOIR
VENDRE : LE SYSTÈME IA
QUI ÉCRIT TES PAGES DE
VENTE À TA PLACE**

ANNE VERGNOL

DROITS D'AUTEUR ET INFORMATIONS

Tous droits réservés. Ce livre ne peut être reproduit ni partagé sans autorisation de l'auteur.

Première édition : octobre 2025

Anne Vergnol

49-51 Rue Georges Clémenceau

56400 Auray, France

À PROPOS DE L'AUTEUR

Anne Vergnol est coach business et fondatrice de CoachRepublic, la plateforme n°1 dédiée aux coachs, thérapeutes et professionnels de l'accompagnement.

Depuis 2020, elle a aidé plus de 9000 professionnels à développer leur activité en ligne et formé plus de 700 coachs et praticiens à vivre pleinement de leur métier grâce aux stratégies digitales les plus efficaces.

Chaque semaine, elle partage des conseils concrets et des méthodes éprouvées pour aider les accompagnants à trouver des clients, structurer leur offre et créer une activité à la fois rentable et alignée.

Pour découvrir ses ressources et sa masterclass gratuite, rends-toi sur :

<https://coachrepublic.com>

VENDRE SANS SAVOIR VENDRE : LE SYSTÈME IA QUI ÉCRIT TES PAGES DE VENTE À TA PLACE

COMMENT GÉNÉRER DES ARGUMENTAIRES
PROFESSIONNELS EN 10 MINUTES SANS
ÊTRE UN COMMERCIAL NÉ

INTRODUCTION

Tu détestes vendre.

L'idée de rédiger une page de vente te paralyse. Les mots ne viennent pas. Tu ne sais pas comment parler de ton offre sans te sentir comme un vendeur de tapis.

Tu passes des semaines à bricoler un texte qui ne convertit pas.

Et pendant ce temps, ta liste email reste vide. Ton calendrier de rendez-vous aussi.

Le problème n'est pas ton expertise. C'est que personne ne t'a montré comment structurer un argumentaire qui vend naturellement.

Bonne nouvelle : tu n'as plus besoin d'être doué pour vendre.

Ce guide te montre comment créer un système IA qui génère tes pages de vente à ta place.

Tu remplis 5 cases dans un formulaire. L'IA analyse. L'IA structure. L'IA rédige.

En 10 minutes, tu obtiens une page de vente professionnelle avec tous les éléments qui convertissent.

Pas de copier-coller générique. Un vrai argumentaire personnalisé pour TON offre, TA cible, TON positionnement.

Le système repose sur un principe : une page de vente efficace suit toujours la même architecture psychologique.

Si tu alimentes cette architecture avec les bonnes informations, l'IA fait le reste.

Tu n'écris plus. Tu structures. Tu valides. Tu publies.

Les coachs qui utilisent ce système lancent leurs offres 10x plus vite. Et leurs pages convertissent aussi bien que celles rédigées par des copywriters pros.

Prêt à transformer l'IA en machine à argumentaires ?

C'est parti.

PARTIE 1 : POURQUOI TU N'ARRIVES PAS À VENDRE

CHAPITRE 1

LE SYNDROME DE LA PAGE BLANCHE

La plupart des coachs passent des semaines sur leur page de vente.

Ils ouvrent un document. Ils regardent le curseur clignoter. Ils tapent trois phrases. Elles sonnent faux. Ils effacent tout.

Ce cycle se répète pendant des jours.

Le vrai problème

Ce n'est pas que tu manques d'inspiration.

C'est que tu ne sais pas par où commencer. Tu n'as pas de structure mentale claire.

Résultat : tu procrastines. Tu repousses le lancement. Ton offre reste dans ta tête au lieu d'être sur le marché.

Ce que les pros savent

Les copywriters professionnels ne partent jamais d'une page blanche.

Ils ont des frameworks. Des structures éprouvées. Des questions précises à se poser avant d'écrire un seul mot.

L'IA te donne accès à ces frameworks. Sans formation de 6 mois. Sans payer 3000€ un rédacteur.

CHAPITRE 2

POURQUOI TES PAGES NE CONVERTISSENT PAS

Tu as peut-être déjà une page de vente.
Mais personne ne passe à l'action. Les gens lisent
et repartent.

Les 3 erreurs fatales

Erreur 1 : Tu parles de toi, pas de ton client

"Je suis coach certifiée avec 10 ans d'expérience..."

Personne ne s'en soucie.

Ton client veut savoir : qu'est-ce que j'y gagne ?

Erreur 2 : Tu ne montres pas la transformation

Tu décris ton offre. "12 séances de coaching sur 3 mois."

Mais tu ne montres pas où ton client sera dans 3 mois.

Quelle version de lui-même il deviendra.

Erreur 3 : Tu n'adresses pas les objections

"C'est trop cher." "Je n'ai pas le temps." "Ça ne marchera pas pour moi."

Ces pensées traversent l'esprit de ton prospect. Si tu ne les traites pas, il ne passe pas à l'action.

Ce qui fonctionne

Une page qui convertit suit toujours le même chemin psychologique.

Elle identifie le problème. Elle agite la douleur. Elle présente la solution. Elle prouve que ça marche. Elle balaie les objections. Elle donne un appel à l'action clair.

L'IA maîtrise cette séquence. Tu lui donnes les ingrédients. Elle cuisine l'argumentaire.

CHAPITRE 3

LE MYTHE DU CHARISME COMMERCIAL

Tu penses que vendre demande un talent naturel.
Que certains sont nés vendeurs et d'autres non.
Faux.

La vente est une science

Les meilleurs vendeurs ne sont pas les plus charismatiques.

Ce sont ceux qui maîtrisent la psychologie de la décision d'achat.

Ils savent exactement quels déclencheurs actionner. Dans quel ordre. Avec quelle intensité.

L'avantage de l'IA

L'IA n'a pas de personnalité. Pas de charisme. Mais elle connaît tous les déclencheurs psychologiques.

Elle sait comment structurer un argument pour qu'il soit irrésistible.

Ton job : lui donner les bonnes informations. Son job : les transformer en argumentaire qui vend.

PARTIE 2 : COMPRENDRE LE SYSTÈME

CHAPITRE 4

LES 5 CASES QUI CHANGENT TOUT

Le système repose sur 5 informations clés.
Pas 50. Pas 100. Cinq.
Ces 5 éléments contiennent tout ce dont l'IA a besoin pour générer une page de vente complète.

Case 1 : Ta cible précise

Qui tu aides. Pas "les gens stressés". Mais "les femmes entrepreneurs de 35-50 ans qui font des burnouts silencieux".

Plus c'est spécifique, mieux l'IA cible l'argumentaire.

Case 2 : Le problème n°1 de ta cible

La vraie douleur. Celle qui empêche ton client de dormir.

Pas "manque de confiance". Mais "incapacité à dire non, ce qui te fait accepter des projets qui te vident de ton énergie".

Case 3 : La transformation promise

Où sera ton client après ton accompagnement ?

Décris l'état désiré. Avec des détails sensoriels. Des bénéfices émotionnels concrets.

Case 4 : Ta méthode unique

Comment tu y arrives. En 3-5 étapes.

Pas besoin de tout révéler. Juste assez pour montrer que tu as un système, pas juste des conseils au feeling.

Case 5 : Ta preuve de crédibilité

Pourquoi toi ? Résultats clients. Témoignages. Certification. Transformation personnelle.

L'élément qui prouve que tu peux vraiment aider.

Comment ça fonctionne

Tu remplis ces 5 cases dans un formulaire structuré.

L'IA prend ces données. Elle les injecte dans un framework de copywriting éprouvé.

Elle génère : le titre accrocheur, l'introduction qui agite le problème, la présentation de la solution, les bénéfices détaillés, les objections traitées, l'appel à l'action.

Tu obtiens une page de vente complète. Structurée. Persuasive.

CHAPITRE 5

POURQUOI L'IA NE PEUT PAS REMPLACER TON EXPERTISE

L'IA ne crée pas de contenu magique à partir de rien. Elle transforme tes connaissances en argumentaire structuré.

Ce que l'IA fait mieux que toi

Structurer l'information selon les principes de persuasion éprouvés.

Rédiger rapidement sans blocage créatif.

Tester plusieurs angles sans fatigue mentale.

Ce que toi seul peux faire

Identifier le vrai problème de ta cible. L'IA ne connaît pas ton client aussi bien que toi.

Définir ta transformation unique. L'IA ne peut pas inventer ta méthode.

Valider que l'argumentaire sonne juste. L'IA peut générer du texte crédible mais faux.

Le partenariat gagnant

Toi : tu fournis l'expertise, la connaissance du client, la spécificité.

L'IA : elle structure, rédige, optimise.

Ensemble : vous créez des pages de vente en 10 minutes au lieu de 10 jours.

CHAPITRE 6

LES OUTILS IA QUI FONCTIONNENT EN 2025

Tous les outils IA ne se valent pas pour générer des pages de vente.

Certains sont trop génériques. D'autres trop compliqués.

Les 3 outils recommandés

Outil 1 : ChatGPT (version 4 ou plus)

Le plus accessible. Interface simple. Tu lui donnes un prompt structuré, il génère.

Version payante recommandée (20\$/mois). Plus puissante. Plus de tokens. Meilleure cohérence.

Outil 2 : Claude (Anthropic)

Souvent meilleur pour les textes longs. Comprend mieux le contexte. Ton plus naturel.

Version gratuite suffisante pour débiter. Version Pro (20\$/mois) pour plus de volume.

Outil 3 : Jasper AI

Spécialisé en copywriting. Templates intégrés. Mais plus cher (49\$/mois minimum).

Utile si tu génères beaucoup de contenu. Sinon, ChatGPT ou Claude suffisent.

Lequel choisir

Commence avec ChatGPT ou Claude (gratuit).

Teste les deux avec le même prompt. Vois lequel génère le ton qui te correspond le mieux.

Upgrade vers la version payante quand tu génères 10+ pages par mois.

PARTIE 3 : CONSTRUIRE TON FORMULAIRE MAÎTRE

CHAPITRE 7

LA STRUCTURE DU FORMULAIRE

Ton formulaire est la fondation du système.
Mal conçu, l'IA génère du contenu générique.
Bien conçu, elle produit des pages qui convertissent.

Les 5 sections obligatoires

Section 1 : Identité de ta cible

Démographie (âge, situation, profession).

Psychographie (aspirations, peurs, frustrations).

Section 2 : Problème et douleur

Symptômes visibles du problème.

Conséquences émotionnelles.

Coût de l'inaction (que se passe-t-il si rien ne change ?).

Section 3 : Solution et transformation

État désiré (où sera ton client après).

Bénéfices tangibles (ce qu'il gagne concrètement).

Bénéfices émotionnels (ce qu'il ressent).

Section 4 : Ta méthode

Les 3-5 étapes de ton processus.

Ce qui rend ta méthode différente.

Pourquoi ça fonctionne.

Section 5 : Crédibilité

Tes résultats ou ceux de tes clients.

Ta légitimité (formation, expérience, transformation personnelle).

Éléments de réassurance.

Format recommandé

Crée un document Google Doc ou Notion avec ces 5 sections.

Sous chaque section, liste les questions spécifiques (on les verra au prochain chapitre).

Remplis une fois. Réutilise pour toutes tes offres avec des ajustements mineurs.

CHAPITRE 8

LES QUESTIONS PRÉCISES PAR SECTION

Voici les questions exactes à te poser pour remplir ton formulaire maître.

Section 1 : Ta cible

- Qui est ton client idéal ? (âge, sexe, profession, situation familiale)
- Quel est son niveau de vie approximatif ?
- Où en est-il dans son parcours ? (débutant, intermédiaire, avancé dans son domaine)
- Quelles sont ses 3 principales aspirations ?
- Quelles sont ses 3 principales peurs ?

Section 2 : Le problème

- Quel est le problème n°1 que tu résous ?
- Comment ce problème se manifeste au quotidien ? (3 exemples concrets)
- Quelles émotions négatives génère ce problème ?
- Qu'est-ce que ton client a déjà essayé sans succès ?
- Que se passe-t-il si ton client ne résout pas ce problème dans les 6 prochains mois ?

Section 3 : La transformation

- Où sera ton client dans 3 mois ? (décris une journée type)
- Quels résultats tangibles aura-t-il obtenus ?
- Comment se sentira-t-il émotionnellement ?
- Qu'est-ce qui sera différent dans sa vie professionnelle ? Personnelle ?
- Quel sera le plus grand changement intérieur ?

Section 4 : Ta méthode

- Quelles sont les 3-5 étapes de ton processus ?
- Qu'est-ce qui rend ta méthode différente des autres approches ?
- Quel est le principe clé qui sous-tend ta méthode ?
- Combien de temps prend le processus ?
- Quel niveau d'implication demandes-tu à ton client ?

Section 5 : Ta crédibilité

- Quels résultats ont obtenus tes clients ? (3 exemples)
- Quelle est ta formation / certification principale ?
- Quelle transformation personnelle as-tu vécue qui te légitime ?
- Depuis combien de temps pratiques-tu ?
- Quel est ton résultat le plus impressionnant ?

Comment remplir efficacement

Bloque 1h. Réponds par écrit à toutes ces questions.

Ne cherche pas la perfection. Note ce qui te vient spontanément.

Tu affineras plus tard. L'important est d'avoir une première version complète.

CHAPITRE 9

LES PIÈGES À ÉVITER

Certaines réponses tuent l'efficacité de ton formulaire.

Piège 1 : Rester trop vague

"J'aide les gens à mieux vivre" ne donne rien d'exploitable à l'IA.

"J'aide les femmes de 40-55 ans à sortir de relations toxiques sans culpabiliser" donne un argumentaire précis.

Plus c'est flou, plus l'IA génère du contenu générique.

Piège 2 : Lister des caractéristiques au lieu de bénéfices

"12 séances sur 3 mois" = caractéristique. L'IA ne sait pas quoi en faire.

"Tu retrouveras ta capacité à dire non sans culpabilité en 3 mois" = bénéfice. L'IA peut construire dessus.

Piège 3 : Ignorer les objections réelles

Ton client pense : "J'ai déjà essayé, ça n'a pas marché."

Si tu ne l'adresses pas dans ton formulaire, l'IA ne l'intégrera pas. Ta page ne convertira pas.

Liste 3-5 objections principales. Note-les dans ton formulaire. L'IA les traitera.

Piège 4 : Copier le langage corporate

"Optimisation des performances relationnelles" ne parle à personne.

"Arrêter de t'écraser dans tes relations" parle à tout le monde.

Utilise le langage que tes clients utilisent réellement. L'IA reproduira ce ton.

PARTIE 4 : CRÉER LES PROMPTS QUI GÉNÈRENT DES PAGES DE VENTE

CHAPITRE 10

L'ANATOMIE D'UN PROMPT EFFICACE

Un mauvais prompt = une page générique.
Un bon prompt = une page sur-mesure qui convertit.

Les 4 éléments d'un prompt puissant

Élément 1 : Le rôle

Tu dois dire à l'IA QUI elle est.

"Tu es un copywriter expert spécialisé dans les pages de vente pour coachs et thérapeutes."

Ça définit le contexte. L'IA ajuste son ton et ses références.

Élément 2 : La tâche précise

Qu'est-ce que tu veux exactement ?

"Génère une page de vente complète pour une offre de coaching individuel."

Pas "écris quelque chose sur mon coaching". Trop vague.

Élément 3 : Les contraintes et le format

Longueur souhaitée. Sections obligatoires. Ton à adopter.

"La page doit faire 2000-2500 mots, inclure une section témoignages, et utiliser un ton direct et empathique."

Élément 4 : Les données spécifiques

Ici, tu colles les réponses de ton formulaire maître.

"Voici les informations sur ma cible : [copier-coller section 1]. Voici le problème que je résous : [copier-coller section 2]."

La structure gagnante

1. Définis le rôle de l'IA
2. Explique la tâche
3. Donne les contraintes
4. Fournis les données
5. Demande une structure spécifique (on la verra au prochain chapitre)

CHAPITRE 11

LE PROMPT MAÎTRE (TEMPLATE COMPLET)

Voici le template de prompt que tu peux copier-coller et adapter.

Le template

Tu es un copywriter expert spécialisé dans les pages de vente pour professionnels de l'accompagnement (coachs, thérapeutes, consultants).

Ta mission : générer une page de vente complète et persuasive pour mon offre de [type d'offre : coaching individuel / formation en ligne / programme de groupe].

CONTRAINTES :

- Longueur : 2000-2500 mots
- Ton : direct, empathique, sans jargon
- Structure : respecter l'ordre psychologique de persuasion (problème → agitation → solution → preuve → objections → action)

. . .

DONNÉES SUR MA CIBLE :

[Colle ici les réponses de ta Section 1]

LE PROBLÈME QUE JE RÉSOUS :

[Colle ici les réponses de ta Section 2]

LA TRANSFORMATION PROMISE :

[Colle ici les réponses de ta Section 3]

MA MÉTHODE :

[Colle ici les réponses de ta Section 4]

MA CRÉDIBILITÉ :

[Colle ici les réponses de ta Section 5]

STRUCTURE ATTENDUE :

1. Titre accrocheur (sous-titre optionnel)
2. Introduction (identification au problème, agitation)
3. Présentation de la solution
4. Détail de la transformation
5. Présentation de la méthode en 3-5 étapes
6. Bénéfices détaillés (5-7 bullet points)
7. Pour qui est cette offre / Pour qui elle ne l'est pas
8. Traitement de 3 objections principales
9. Témoignages (si fournis) ou éléments de réassurance
10. Appel à l'action clair

Génère maintenant la page de vente complète en respectant cette structure.

• • •

Comment l'utiliser

1. Copie ce template dans un document
2. Remplace les [crochets] par tes informations
3. Colle le tout dans ChatGPT ou Claude
4. Attends 30-60 secondes
5. Tu obtiens une page de vente de 2000-2500 mots

CHAPITRE 12

GÉNÉRER PLUSIEURS VERSIONS

L'IA peut produire 10 versions différentes de ta page. Certaines seront meilleures que d'autres. Tu testes. Tu gardes la meilleure.

Stratégie des angles multiples

Même offre. Même formulaire. Mais tu demandes à l'IA d'adopter des angles différents.

Angle 1 : Focus sur la douleur

"Génère une version qui insiste fortement sur les conséquences du problème non résolu."

Angle 2 : Focus sur le désir

"Génère une version qui met l'accent sur l'état désiré et les bénéfices positifs."

Angle 3 : Focus sur l'urgence

"Génère une version qui crée un sentiment d'urgence légitime."

Angle 4 : Focus sur la transformation

"Génère une version narrative qui raconte le parcours de transformation."

Comment choisir

Génère 3-4 versions avec des angles différents.

Lis-les toutes. Note celle qui te semble la plus convaincante.

Demande l'avis de 2-3 personnes de confiance. Celle qui résonne le plus devient ta version principale.

CHAPITRE 13

AFFINER ET PERSONNALISER

La première génération de l'IA est rarement parfaite.
Mais au lieu de réécrire, tu affines par itérations successives.

Les 5 questions d'affinement

Question 1 : Le ton est-il juste ?

Trop agressif ? Trop doux ? Trop corporate ?

Prompt de correction : "Réécris la section introduction avec un ton plus [chaleureux / direct / décontracté]."

Question 2 : Les bénéfices sont-ils assez concrets ?

"Améliorer ta vie" est trop vague.

Prompt : "Rends les bénéfices de la section 6 plus spécifiques et tangibles."

Question 3 : Les objections sont-elles bien traitées ?

Si une objection majeure manque, ajoute-la.

Prompt : "Ajoute une section qui traite l'objection suivante : [objection]."

Question 4 : L'appel à l'action est-il clair ?

Ton lecteur doit savoir exactement quoi faire ensuite.

Prompt : "Renforce l'appel à l'action final pour qu'il soit plus direct et spécifique."

Question 5 : Y a-t-il des répétitions ou longueurs ?

L'IA a parfois tendance à se répéter.

Prompt : "Identifie et élimine les répétitions dans le texte.

Rends-le plus concis."

Le processus itératif

Génération 1 : tu obtiens la structure complète.

Itération 1 : tu ajustes le ton et les bénéfices.

Itération 2 : tu affines les objections et l'appel à l'action.

Itération 3 : tu élimines les répétitions.

Total : 15-20 minutes. Tu as une page prête à publier.

PARTIE 5 : LES SECTIONS CLÉS D'UNE PAGE QUI CONVERTIT

CHAPITRE 14

LE TITRE QUI STOPPE LE SCROLL

Ton titre détermine si les gens lisent ou partent.
80% des visiteurs lisent uniquement le titre. 20% continuent.

Les 4 formules qui fonctionnent

Formule 1 : Promesse + Délai

"Retrouve Ta Clarté Mentale en 90 Jours (Sans Médication)"

Bénéfice clair. Timeframe précis. Objection anticipée.

Formule 2 : Question qui agite

"Et Si Tu Pouvais Enfin Dire Non Sans Culpabiliser ?"

Frappe une douleur. Implique la possibilité du changement.

Formule 3 : Déclaration contre-intuitive

"Pourquoi Essayer d'Avoir Plus Confiance Te Garde Coincé"

Challenge une croyance. Crée la curiosité.

Formule 4 : Résultat + Sans contrainte commune

"Crée Ton Offre de Coaching en 7 Jours (Sans Site Web)"

Promesse forte. Élimine un frein majeur.

Comment l'IA génère ton titre

Prompt : "Génère 10 titres différents pour ma page de vente en utilisant ces 4 formules. Base-toi sur [problème principal] et [transformation promise]."

Tu obtiens 10 options. Tu choisis. Tu testes.

CHAPITRE 15

L'INTRODUCTION QUI ACCROCHE

Les 200 premiers mots décident si ton lecteur continue ou ferme la page.

Le Framework PASA

P = Problème

Tu identifies le problème en 2-3 phrases courtes.

"Tu passes des heures à créer du contenu. Mais personne ne t'appelle. Ton calendrier reste vide."

A = Agitation

Tu intensifies la douleur. Tu montres les conséquences.

"Chaque semaine qui passe sans client est une semaine de moins où tu peux prouver ta valeur. Le doute s'installe."

S = Solution

Tu introduis qu'une solution existe.

"Et si le problème n'était pas ton expertise, mais ta façon de la communiquer ?"

A = Action

Tu annonces ce que le lecteur va découvrir.

"Dans les prochaines lignes, tu vas découvrir comment transformer ton expertise en offre irrésistible."

Prompt pour l'introduction

"Génère une introduction de 200 mots en utilisant le framework PASA. Problème : [ton problème]. Agitation : [conséquences]. Solution : [ta méthode]. Action : [ce que le lecteur va apprendre]."

CHAPITRE 16

LA PRÉSENTATION DE LA SOLUTION

ci, tu révèles ton offre.

Mais pas comme un catalogue. Comme une invitation à une transformation.

Les 3 éléments essentiels

Élément 1 : Le nom de ton offre

Pas "Coaching individuel". Trop plat.

"Renaissance : Le Programme de 90 Jours Pour Retrouver Ta Puissance Intérieure"

Un nom évocateur. Qui promet. Qui reste en tête.

Élément 2 : La promesse centrale

En une phrase, qu'est-ce que ton client obtient ?

"Dans Renaissance, tu passes de épuisée et coincée à alignée et en contrôle de ta vie en 90 jours."

Élément 3 : Le pourquoi maintenant

Pourquoi cette solution existe ? Pourquoi tu l'as créée ?

"J'ai créé Renaissance après avoir accompagné 50+ femmes qui pensaient que le problème venait d'elles. Ce n'était pas elles. C'était l'absence de méthode."

Prompt pour cette section

"Génère une présentation de solution captivante. Nom de

l'offre : [ton nom d'offre]. Promesse : [transformation en une phrase]. Origine : [pourquoi tu as créé cette offre]."

CHAPITRE 17

LES BÉNÉFICES QUI VENDENT

Les caractéristiques informent. Les bénéfices vendent.

La différence critique

Caractéristique : "12 séances de 60 minutes"

Bénéfice : "Tu auras un espace sécurisé chaque semaine pour démêler ce qui te bloque vraiment"

Caractéristique : "Accès à un groupe privé"

Bénéfice : "Tu ne seras plus seule dans ton processus. Tu auras une communauté qui te comprend et te soutient."

Structure des bénéfices

Liste 5-7 bénéfices majeurs.

Chacun suit cette formule : [Résultat tangible] + [Impact émotionnel]

Exemple :

"✓ Tu sauras exactement comment structurer ton offre (fini l'improvisation et le syndrome de l'imposteur)"

"✓ Tu auras un argumentaire qui parle à ta cible (sans te sentir vendeuse ou manipulatrice)"

Prompt pour les bénéfices

"Transforme ces caractéristiques en bénéfices émotionnels et tangibles : [liste tes caractéristiques]. Utilise la formule [résultat tangible] + [impact émotionnel]."

CHAPITRE 18

TRAITER LES OBJECTIONS

Ton prospect a des doutes. Des peurs. Des "oui mais".
Si tu ne les adresses pas, il ne passe pas à l'action.

Les 5 objections universelles

Objection 1 : "Ça ne marchera pas pour moi, je suis différent"

Réponse : montre la diversité de tes résultats. Prouve que ça marche pour différents profils.

Objection 2 : "C'est trop cher"

Réponse : recadre le prix. Compare au coût de l'inaction.
Montre le retour sur investissement.

Objection 3 : "Je n'ai pas le temps"

Réponse : montre que ne pas avoir le temps est précisément le problème que tu résous.

Objection 4 : "J'ai déjà essayé, ça n'a pas marché"

Réponse : explique pourquoi les autres approches échouent et pourquoi la tienne est différente.

Objection 5 : "Je ne suis pas prêt(e) maintenant"

Réponse : montre le coût de l'attente. Qu'est-ce qui va changer dans 6 mois si rien ne change ?

Le format qui désarme

Ne fais pas comme si les objections n'existaient pas.

Formule-les explicitement. Puis réponds.

Exemple :

"Tu te dis peut-être : *'J'ai déjà essayé le coaching, ça n'a rien changé.'*

Je comprends. Voici pourquoi c'est différent : [explication]."

Prompt pour les objections

"Génère des réponses persuasives pour ces 3 objections : [liste tes objections]. Utilise le format : formulation de l'objection + empathie + réponse factuelle."

CHAPITRE 19

L'APPEL À L'ACTION IRRÉSISTIBLE

Ton lecteur est convaincu. Mais il ne sait pas quoi faire.

Résultat : il ferme la page. Il dit "je reviens plus tard". Il ne revient jamais.

Les 3 règles de l'appel à l'action

Règle 1 : Une seule action possible

Pas "tu peux me contacter par email, téléphone, ou réserver un appel".

"Clique sur le bouton ci-dessous pour réserver ton appel stratégique gratuit."

Une action. Claire. Simple.

Règle 2 : Éliminer le risque

"Session gratuite de 30 minutes. Zéro obligation. Si on n'est pas alignés, aucun souci."

Ton prospect a peur de s'engager. Rends le premier pas sans risque.

Règle 3 : Créer l'urgence (sans mentir)

Pas "Offre valable jusqu'à minuit !!" si c'est faux.

Mais "Je prends 3 nouveaux clients ce mois-ci. 2 places restantes." si c'est vrai.

Urgence légitime. Pas manipulation.

Les 3 types d'appel à l'action

Type 1 : Appel découverte gratuit

Pour les offres premium (1000€+).

"Réserve ton appel stratégique de 30 minutes. On voit si on peut travailler ensemble."

Type 2 : Inscription directe

Pour les programmes en ligne (moins de 500€).

"Inscris-toi maintenant et commence dès aujourd'hui."

Type 3 : Liste d'attente

Si tu lances 2x par an.

"Rejoins la liste d'attente. Tu seras prévenu(e) en priorité lors de la prochaine ouverture."

Prompt pour l'appel à l'action

"Génère un appel à l'action persuasif pour [type d'offre]. Il doit être clair, éliminer le risque, et créer une urgence légitime basée sur [ta contrainte réelle]."

PARTIE 6 : AUTOMATISER LA GÉNÉRATION

CHAPITRE 20

CRÉER TON FORMULAIRE GOOGLE FORMS

Tu peux automatiser encore plus en créant un Google Form qui alimente directement ton prompt.

La structure du formulaire

Crée un Google Form avec une question par élément de ton formulaire maître.

Section 1 : Ma cible

- Question 1 : Qui est ton client idéal ? (paragraphe)
- Question 2 : Quelles sont ses 3 principales aspirations ? (paragraphe)
- Question 3 : Quelles sont ses 3 principales peurs ? (paragraphe)

Section 2 : Le problème

- Question 4 : Quel problème résous-tu ? (paragraphe)
- Question 5 : Comment ce problème se manifeste ? (paragraphe)
- Question 6 : Qu'est-ce que ton client a déjà essayé ? (paragraphe)

Continue pour les 5 sections.

Le flux automatisé

1. Tu remplis le Google Form (10 minutes)
2. Les réponses s'enregistrent dans un Google Sheet
3. Tu copies-colles les réponses dans ton prompt maître
4. L'IA génère ta page de vente

Alternative avancée : utilise Zapier pour envoyer automatiquement les réponses du Form vers ChatGPT ou Claude.

Tu reçois la page de vente générée par email.

CHAPITRE 21

INTÉGRER MAKE OU ZAPIER

Si tu veux automatiser à 100%, connecte ton Google Form à l'IA via une automation.

Le setup avec Make (gratuit jusqu'à 1000 opérations/mois)

Étape 1 : Connecte Google Forms à Make

Déclencheur : "Nouvelle réponse dans Google Forms"

Étape 2 : Formate les données

Module "Text Aggregator" : compile toutes les réponses en un seul texte structuré.

Étape 3 : Envoie vers l'API ChatGPT

Module "OpenAI" : envoie ton prompt + les données du formulaire.

Étape 4 : Récupère la page générée

Module "Email" : reçois la page de vente complète par email.

Total : 5 minutes entre le moment où tu remplis le form et celui où tu reçois ta page.

Alternative simple : ChatGPT avec Custom Instructions

Si l'automation te semble complexe, utilise les "Custom Instructions" dans ChatGPT.

Configure une fois ton template de prompt dans les instructions personnalisées.

Ensuite, tu colles juste tes 5 réponses. ChatGPT applique automatiquement la structure.

CHAPITRE 22

SAUVEGARDER TES MEILLEURES GÉNÉRATIONS

L'IA génère parfois des pépites.
Des phrases qui claquent. Des angles puissants.
Des formulations qui résonnent.

Le système de bibliothèque

Crée un document "Bibliothèque de copywriting IA".

À chaque génération, sauvegarde :

- Les meilleurs titres
- Les meilleures introductions
- Les meilleures réponses aux objections
- Les meilleurs appels à l'action

Organise par catégorie.

Réutiliser et mixer

Quand tu génères une nouvelle page, tu peux dire à l'IA :

"Utilise le style de ce titre : [colle un titre de ta bibliothèque]. Et l'angle de cette introduction : [colle une intro]."

L'IA mixe. Tu obtiens des variations encore meilleures.

Après 10 générations, tu as une bibliothèque qui nourrit toutes tes futures pages.

PARTIE 7 : ADAPTER À DIFFÉRENTS TYPES D'OFFRES

CHAPITRE 23

PAGES DE VENTE POUR COACHING INDIVIDUEL

Le coaching individuel est premium. Ticket élevé (1000-5000€).

Ta page doit refléter cette valeur.

Les spécificités

Spécificité 1 : Insister sur la personnalisation

"Chaque session est entièrement adaptée à ta situation unique. Pas de programme pré-mâché."

Spécificité 2 : Montrer l'intimité et la profondeur

"On va au fond des choses. Pas de superficiel. On travaille sur les vraies causes."

Spécificité 3 : Appel à l'action = appel découverte

Jamais "Achète maintenant". Toujours "Réservons un premier échange pour voir si on peut travailler ensemble."

Prompt adapté

"Génère une page de vente pour une offre de coaching individuel premium à [prix]. L'offre inclut [nombre] séances de [durée] sur [période]. Insiste sur la personnalisation, l'accompagnement en profondeur, et la transformation individuelle. L'appel à l'action doit proposer un appel découverte gratuit de 30 minutes."

Exemples par type de coach

Coach bien-être :

Titre : "Retrouve Ton Énergie Sans Changer de Vie en 90 Jours"

Bénéfice clé : "Tu te réveilleras le matin avec de l'enthousiasme au lieu de peser sur le bouton snooze 5 fois."

Coach carrière :

Titre : "Négocie l'Augmentation Que Tu Mérites en 60 Jours (Sans Être Vue Comme Difficile)"

Bénéfice clé : "Tu sauras exactement quoi dire, comment le dire, et quand le dire pour obtenir ce que tu vaux."

Coach confiance :

Titre : "Prends la Parole en Réunion Sans Que Ton Cœur Explode"

Bénéfice clé : "Tu partageras tes idées avec clarté au lieu de les garder pour toi et les ruminer pendant 3 jours."

CHAPITRE 24

PAGES DE VENTE POUR PROGRAMMES EN LIGNE

Les formations en ligne ont une dynamique différente. Prix moyen (200-800€). Vente plus directe. Moins de barrière à l'achat.

Les spécificités

Spécificité 1 : Montrer le contenu précis

"Module 1 : [titre]. Module 2 : [titre]."

Les gens veulent savoir exactement ce qu'ils vont apprendre.

Spécificité 2 : Prouver que c'est actionnable

"Chaque module inclut des exercices pratiques. Tu appliques immédiatement."

Spécificité 3 : Réassurance technique

"Accès à vie. Tu avances à ton rythme. Disponible sur mobile et ordinateur."

Prompt adapté

"Génère une page de vente pour une formation en ligne à [prix]. La formation contient [nombre] modules sur [thème]. Chaque module inclut [format : vidéos / workbooks / exercices]. Insiste sur l'aspect actionnable, la structure claire, et l'autonomie. L'appel à l'action doit être une inscription directe."

Exemples par type de coach

Coach développement personnel :

Titre : "Maîtrise Tes Émotions : La Méthode en 6 Étapes Pour Sortir de la Réactivité"

Module exemple : "Module 3 : Le Système de Pause - Comment Créer 5 Secondes de Recul Avant de Réagir"

Coach productivité :

Titre : "Reprends le Contrôle de Ton Temps : 30 Jours Pour Éliminer la Procrastination"

Module exemple : "Module 2 : La Technique du Premier Bloc - Protéger Tes 90 Minutes Sacrées Chaque Matin"

Thérapeute / praticien :

Titre : "Libère-Toi de l'Anxiété : Le Programme Complet de Techniques Corporelles et Mentales"

Module exemple : "Module 4 : Le Protocole d'Ancrage Rapide - 3 Exercices Pour Revenir au Présent en Moins de 2 Minutes"

CHAPITRE 25

PAGES DE VENTE POUR PROGRAMMES DE GROUPE

Le coaching de groupe mélange l'individuel et le collectif.

Prix intermédiaire (500-2000€). Dynamique communautaire.

Les spécificités

Spécificité 1 : Vendre la communauté

"Tu ne seras pas seul(e). Tu auras 8-12 autres personnes qui vivent le même parcours."

Spécificité 2 : Montrer la structure groupe + individuel

"Sessions de groupe bi-mensuelles + accès direct à moi par Voxer entre les sessions."

Spécificité 3 : Créer l'urgence par les places limitées

"Groupe limité à 10 personnes pour garantir l'attention individuelle."

Prompt adapté

"Génère une page de vente pour un programme de coaching de groupe à [prix]. Le programme dure [durée] et inclut [nombre] sessions de groupe + [bonus individuels]. Insiste sur la dynamique de groupe, le soutien communautaire, et l'attention personnalisée. Crée une urgence légitime basée sur le nombre de places limité."

Exemples par type de coach

Coach business :

Titre : "Mastergroup : Lance Ton Offre Premium en 8 Semaines (Avec 9 Autres Coachs Qui Se Lancent)"

Bénéfice communauté : "Tu auras des retours honnêtes sur ton offre avant de la mettre sur le marché. Fini l'isolement de l'entrepreneuriat solo."

Coach relations :

Titre : "Cercle de Connexion : 12 Semaines Pour Transformer Tes Relations (En Groupe de 8 Femmes)"

Bénéfice communauté : "Tu verras que tu n'es pas seule à vivre ces schémas. Le groupe devient un miroir puissant."

Coach spiritualité :

Titre : "Sacred Circle : 3 Mois d'Éveil Spirituel en Communauté Intentionnelle"

Bénéfice communauté : "L'énergie du groupe amplifie ta propre transformation. Ce que tu ne verras pas seule, les autres le verront pour toi."

PARTIE 8 : OPTIMISER ET TESTER

CHAPITRE 26

LES 5 ÉLÉMENTS À TESTER

Une page générée n'est jamais parfaite du premier coup.
Mais au lieu de refaire toute la page, teste des éléments spécifiques.

Élément 1 : Le titre

Génère 5 variantes de titre.

Teste chacune pendant 1 semaine. Regarde laquelle génère le plus de clics ou de lectures complètes.

Garde la gagnante. Teste 5 nouvelles variantes contre elle.

Élément 2 : L'appel à l'action

"Réserve ton appel gratuit" vs "Réserve ta session découverte" vs "Clique ici pour commencer".

Même offre. Mots différents. Résultats différents.

Teste 3 formulations. Garde celle qui convertit le mieux.

Élément 3 : La longueur

Version courte (1200 mots) vs version longue (2500 mots).

Certaines audiences veulent tout savoir. D'autres veulent l'essentiel.

Teste les deux. Analyse le taux de conversion.

Élément 4 : L'ordre des sections

Bénéfices avant méthode vs méthode avant bénéfices.

Témoignages en haut vs témoignages avant l'appel à l'action.

Teste différents ordres. Certains fonctionnent mieux selon ta cible.

Élément 5 : Le ton

Version empathique vs version directe vs version inspirante.

Demande à l'IA de générer 3 versions avec des tons différents. Teste.

Comment tester efficacement

1 changement à la fois. Jamais 5 en même temps.

Sinon tu ne sais pas ce qui a fonctionné.

Minimum 50-100 visiteurs par version avant de conclure.

Moins = les résultats ne sont pas statistiquement significatifs.

CHAPITRE 27

ANALYSER LES MÉTRIQUES QUI COMPTENT

Toutes les métriques ne sont pas égales.
Certaines sont vanité. D'autres sont business.

Les 3 métriques business

Métrique 1 : Taux de lecture complète

Combien de personnes lisent ta page jusqu'en bas ?

Objectif : 40-60%.

Si c'est 20%, ta page est trop longue ou pas assez captivante.

Métrique 2 : Taux de conversion

Combien de visiteurs passent à l'action ?

Pour un appel découverte : 5-15% est excellent.

Pour une vente directe sous 500€ : 2-5% est bon.

Pour une vente directe au-dessus de 1000€ : 1-3% est très bon.

Métrique 3 : Temps passé sur la page

Combien de temps les gens restent ?

Une page de 2000 mots devrait générer 4-6 minutes de temps moyen.

Si c'est 30 secondes, ils partent sans lire. Ton titre ou ton intro ne fonctionne pas.

Outils de mesure

Google Analytics (gratuit) : temps passé, taux de rebond.

Hotjar (version gratuite suffisante) : heatmaps pour voir où les gens cliquent et jusqu'où ils scrollent.

ThriveCart ou Systeme.io : taux de conversion direct si tu vends en ligne.

CHAPITRE 28

AMÉLIORER PAR ITÉRATIONS

Une page de vente n'est jamais "finie".
Tu l'améliores en continu selon les résultats.

Le cycle d'amélioration mensuel

Semaine 1 : Collecter les données

Regarde tes métriques. Note les points faibles.

Taux de lecture faible ? Le problème est en haut de la page.

Bonne lecture mais pas de conversion ? Le problème est dans l'offre ou l'appel à l'action.

Semaine 2 : Identifier 1 élément à améliorer

Ne change pas tout. Change 1 élément.

Exemple : si le taux de lecture est faible, améliore l'introduction.

Prompt : "Réécris l'introduction de cette page pour la rendre plus captivante. Voici l'actuelle : [colle]. Voici mes métriques : [données]."

Semaine 3 : Tester la nouvelle version

Publie. Attends 1 semaine minimum. Compare les métriques.

Amélioration ? Garde. Pas d'amélioration ? Reviens à l'ancienne version.

Semaine 4 : Passer à l'élément suivant

Répète le processus sur un autre élément.

En 3 mois, tu as amélioré 12 éléments. Ta page convertit 2-3x mieux.

PARTIE 9 : AU-DELÀ DE LA PAGE DE VENTE

CHAPITRE 29

GÉNÉRER DES EMAILS DE LANCEMENT

Tu as ta page de vente. Maintenant tu dois envoyer du trafic dessus.

Les emails de lancement sont ton arme principale.

La séquence de lancement en 5 emails

Email 1 : Le problème (J-3)

Tu identifies le problème. Tu agites. Pas de vente.

"Tu passes des heures à créer du contenu mais personne ne t'appelle. Voici pourquoi."

Email 2 : La solution existe (J-2)

Tu annonces qu'une solution existe. Tu introduis ton approche.

"Et si le problème n'était pas ton contenu, mais ta façon de présenter ton offre ?"

Email 3 : Ouverture (J-0)

Tu révéles ton offre. Lien vers la page de vente.

"Aujourd'hui, j'ouvre [nom de l'offre]. Voici comment ça fonctionne."

Email 4 : Témoignage ou étude de cas (J+1)

Tu prouves que ça marche avec un exemple concret.

"Hier, Sarah a rejoint [offre]. Voici où elle en était il y a 3 mois."

Email 5 : Dernière chance (J+3)

Tu créés l'urgence. Dernier rappel.

"Je ferme les inscriptions ce soir à minuit. 2 places restantes."

Prompt pour générer la séquence complète

"Génère une séquence de 5 emails de lancement pour mon offre [nom]. Base-toi sur ces informations : [colle ton formulaire]. Respecte cette structure : Email 1 (problème), Email 2 (solution existe), Email 3 (ouverture), Email 4 (preuve), Email 5 (urgence)."

L'IA génère les 5 emails en une fois. Tu affines individuellement si nécessaire.

CHAPITRE 30

GÉNÉRER DES POSTS RÉSEAUX SOCIAUX

Ta page de vente est prête. Tu dois en parler sur tes plateformes.

L'IA peut aussi générer tes posts.

Les 3 types de posts qui amènent du trafic

Type 1 : Le post teaser (avant l'ouverture)

Tu annonces que quelque chose arrive. Pas de détails. Curiosité maximale.

"Quelque chose de nouveau arrive lundi. Si tu en as marre de galérer avec tes pages de vente, tu vas adorer."

Type 2 : Le post transformation (pendant l'ouverture)

Tu racontes une transformation client ou personnelle liée à ton offre.

"Il y a 6 mois, Sarah passait 3 semaines sur chaque page de vente. Maintenant, 10 minutes. Voici comment."

Type 3 : Le post objection (pendant l'ouverture)

Tu traites une objection majeure publiquement.

"Tu te dis : 'L'IA ne peut pas écrire aussi bien qu'un humain.' Tu as raison. Et c'est justement pour ça que ça fonctionne."

Prompt pour générer les posts

"Génère 3 posts pour [plateforme : LinkedIn / Instagram /

Facebook] pour promouvoir mon offre [nom]. Type 1 : teaser sans révéler l'offre. Type 2 : transformation client. Type 3 : traitement d'une objection [précise l'objection]. Ton : [direct / inspirant / éducatif]."

Tu obtiens 3 posts prêts à publier. Tu ajustes selon ton style personnel.

CHAPITRE 31

GÉNÉRER DES SCRIPTS DE VIDÉO

Le contenu vidéo convertit mieux que le texte.
L'IA peut t'écrire des scripts vidéo pour présenter ton offre.

Les 3 formats vidéo qui vendent

Format 1 : La vidéo "Avant/Après" (2-3 minutes)

Structure :

- Intro : "Il y a 6 mois, je [situation difficile]"
- Milieu : "Voici ce qui a changé quand j'ai découvert [approche]"
- Fin : "Si tu veux le même résultat, [appel à l'action]"

Format 2 : La vidéo "3 erreurs" (3-5 minutes)

Structure :

- Intro : "Si [résultat désiré] te semble impossible, tu fais probablement ces 3 erreurs"
- Erreur 1, 2, 3 (avec exemples)
- Fin : "Pour éviter ces erreurs, j'ai créé [offre]. Lien en bio."

Format 3 : La vidéo "Coulisses" (2 minutes)

Structure :

- Intro : "Je te montre exactement ce qu'on fait dans [offre]"
- Milieu : aperçu d'un module / exercice / session
- Fin : "Si tu veux l'intégralité, [appel à l'action]"

Prompt pour générer un script

"Génère un script vidéo de [durée] minutes pour promouvoir mon offre [nom]. Format : [avant/après / 3 erreurs / coulisses]. Le script doit inclure : accroche, corps, appel à l'action. Ton : conversationnel, comme si je parlais à un ami. Base-toi sur : [informations de ton formulaire]."

L'IA génère le script complet. Tu le lis devant caméra. Tu postes.

PARTIE 10 : LES ERREURS À ÉVITER

CHAPITRE 32

L'ERREUR DU COPIER-COLLER AVEUGLE

L'IA génère du texte. Mais ce n'est pas toujours juste.

Les 3 pièges du texte généré

Piège 1 : Les affirmations non vérifiées

L'IA peut inventer des statistiques. "85% des gens souffrent de..." Si tu ne vérifies pas, tu publies du faux.

Règle : vérifie toujours les chiffres et les faits. Supprime ce qui n'est pas vérifiable.

Piège 2 : Le ton qui ne te ressemble pas

L'IA peut générer un texte parfait grammaticalement. Mais qui ne sonne pas comme toi.

Règle : lis à voix haute. Si ça ne sonne pas comme quelque chose que tu dirais, réécris.

Piège 3 : Les promesses exagérées

L'IA peut promettre des résultats irréalistes. "Transforme ta vie en 7 jours."

Si tu ne peux pas livrer, tu perds toute crédibilité.

Règle : ajuste les promesses pour qu'elles soient ambitieuses mais atteignables.

Le processus de validation

1. L'IA génère

2. Tu lis entièrement
3. Tu vérifies les faits
4. Tu ajustes le ton
5. Tu modères les promesses
6. Tu publies

Ne saute jamais l'étape de validation.

CHAPITRE 33

L'ERREUR DE LA PAGE GÉNÉRIQUE

Si tu fournis des informations vagues, l'IA produit du contenu vague.

Les signes d'une page trop générique

Signe 1 : Ça pourrait s'appliquer à n'importe qui

"Améliore ta vie et atteins tes objectifs."

Qui n'est pas concerné ? Personne. Donc personne ne se sent visé.

Signe 2 : Pas d'exemples concrets

"Tu vas développer des compétences importantes."

Lesquelles ? Comment ? Quand ? Aucune précision.

Signe 3 : Langage corporate

"Optimisation de tes ressources intérieures pour une performance accrue."

Personne ne parle comme ça dans la vraie vie.

La solution

Retourne à ton formulaire. Sois 10x plus spécifique.

Au lieu de "femmes qui veulent plus de confiance", écris "femmes de 40-50 ans qui n'osent pas prendre la parole en réunion alors qu'elles ont 15 ans d'expérience".

L'IA ne peut être spécifique que si tu lui donnes de la spécificité.

CHAPITRE 34

L'ERREUR DE LA PAGE TROP LONGUE

L'IA adore écrire. Elle peut générer 5000 mots facilement.

Mais personne ne lit 5000 mots.

La longueur idéale par type d'offre

Coaching premium (3000€+) : 2000-2500 mots

Les gens investissent gros. Ils veulent beaucoup d'informations.

Programme en ligne (500-1500€) : 1500-2000 mots

Équilibre entre information et concision.

Offre d'entrée (moins de 300€) : 800-1200 mots

Les gens décident vite. Trop long = ils partent.

Comment réduire sans perdre l'impact

Prompt : "Réduis cette page de [longueur actuelle] à [longueur cible] mots. Garde uniquement les éléments essentiels : problème, solution, bénéfices clés, appel à l'action. Élimine les répétitions et les détails superflus."

L'IA compresse intelligemment. Tu gardes l'essentiel.

PARTIE 11 : CAS PRATIQUES PAR TYPE DE COACH

CHAPITRE 35

COACH BIEN-ÊTRE / DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Le formulaire rempli (exemple)

Ta cible : Femmes de 35-50 ans, cadres ou entrepreneures, qui font des burnouts silencieux. Elles tiennent le coup en apparence mais sont épuisées intérieurement.

Le problème : Elles ne savent pas dire non. Elles accumulent les responsabilités. Elles se couchent vidées chaque soir et se réveillent déjà fatiguées.

La transformation : Dans 90 jours, elles auront récupéré leur énergie, posé des limites claires, et créé des routines qui les nourrissent au lieu de les vider.

Ta méthode :

1. Identifier les fuites d'énergie (audit complet)
2. Apprendre à dire non sans culpabilité (scripts et pratique)
3. Installer des routines régénérantes (matin et soir)
4. Recalibrer les priorités selon les valeurs réelles

Ta crédibilité : Psychologue certifiée. 8 ans d'expérience.

Accompagné 100+ femmes. Vécue moi-même un burnout en 2018.

Le prompt complet

Tu es un copywriter expert spécialisé dans les pages de vente pour coachs bien-être et développement personnel.

Ta mission : générer une page de vente persuasive pour une offre de coaching individuel de 90 jours à 2500€.

CONTRAINTES :

- Longueur : 2000-2500 mots
- Ton : empathique, direct, sans jargon psy
- Structure : problème → agitation → solution → méthode → bénéfices → objections → témoignages → action

DONNÉES :

Ma cible : Femmes de 35-50 ans, cadres ou entrepreneures, qui font des burnouts silencieux. Elles tiennent le coup en apparence mais sont épuisées intérieurement.

Le problème : Elles ne savent pas dire non. Elles accumulent les responsabilités. Elles se couchent vidées chaque soir et se réveillent déjà fatiguées.

La transformation : Dans 90 jours, elles auront récupéré leur énergie, posé des limites claires, et créé des routines qui les nourrissent au lieu de les vider.

. . .

Ma méthode :

1. Identifier les fuites d'énergie (audit complet)
2. Apprendre à dire non sans culpabilité (scripts et pratique)
3. Installer des routines régénérantes (matin et soir)
4. Recalibrer les priorités selon les valeurs réelles

Ma crédibilité : Psychologue certifiée. 8 ans d'expérience. Accompagné 100+ femmes. Vécue moi-même un burnout en 2018.

Génère maintenant la page de vente complète.

Le résultat attendu

Une page qui parle directement aux femmes épuisées.

Qui décrit leur quotidien avec précision.

Qui montre qu'elles ne sont pas seules et que c'est réparable.

Qui présente un chemin clair en 4 étapes.

Qui se termine par un appel découverte sans pression.

CHAPITRE 36

COACH CARRIÈRE / RECONVERSION

Le formulaire rempli (exemple)

Ta cible : Femmes de 30-45 ans en CDI qui rêvent de reconversion mais ont peur de tout perdre. Elles ont un bon salaire mais se sentent vides.

Le problème : Elles passent 40h par semaine dans un job qui ne les nourrit plus. Elles fantasment une autre vie mais ne savent pas comment y arriver sans risque financier.

La transformation : Dans 6 mois, elles auront identifié leur vraie voie, testé leur projet en parallèle, et pris la décision (rester ou partir) en toute clarté.

Ta méthode :

1. Clarifier la direction (valeurs, compétences, désirs réels)
2. Tester sans quitter (side-project, freelance, bénévolat)
3. Construire le plan de transition (finances, réseau, formation)
4. Prendre la décision informée (négocier ou partir)

Ta crédibilité : Coach certifiée en transition profession-

nelle. Ex-cadre en finance pendant 10 ans. Reconvertie en coaching en 2020. Accompagné 60+ personnes en reconversion.

Le prompt adapté

Tu es un copywriter expert en pages de vente pour coachs carrière.

Génère une page de vente pour un programme de coaching de 6 mois à 3000€.

CONTRAINTES :

- Longueur : 2000-2500 mots
- Ton : pragmatique, rassurant, orienté action
- Insiste sur la sécurité et le plan structuré

DONNÉES :

Ma cible : Femmes de 30-45 ans en CDI qui rêvent de reconversion mais ont peur de tout perdre. Bon salaire mais se sentent vides.

Le problème : 40h/semaine dans un job qui ne les nourrit plus. Elles fantasment une autre vie mais ne savent pas comment y arriver sans risque.

La transformation : Dans 6 mois, elles auront identifié leur vraie voie, testé en parallèle, et pris la décision (rester ou partir) en clarté.

. . .

Ma méthode :

1. Clarifier la direction (valeurs, compétences, désirs réels)
2. Tester sans quitter (side-project, freelance, bénévolat)
3. Construire le plan de transition (finances, réseau, formation)
4. Prendre la décision informée (négocier ou partir)

Ma crédibilité : Coach certifiée. Ex-cadre finance 10 ans.
Reconvertie en 2020. 60+ reconversions accompagnées.

Objections à traiter :

- "Je ne peux pas me permettre de perdre mon salaire"
- "Je suis trop vieille pour changer"
- "Je ne sais même pas ce que je veux faire"

Génère la page de vente complète.

Points clés spécifiques

La page doit rassurer sur l'aspect financier.

Montrer qu'on ne quitte pas avant d'être prêt.

Prouver que la reconversion n'est pas un saut dans le vide mais un processus structuré.

CHAPITRE 37

COACH RELATIONS / COUPLE

Le formulaire rempli (exemple)

Ta cible : Femmes de 35-55 ans en couple depuis 10+ ans. La relation est devenue plate. Plus de complicité. Plus de désir. Juste la logistique du quotidien.

Le problème : Elles se sentent seules dans leur couple. Elles ne parlent plus que des enfants et des courses. Elles se demandent si c'est normal ou s'il est trop tard.

La transformation : Dans 3 mois, elles auront retrouvé de la connexion, réinstallé des rituels de couple, et ravivé le désir (pas forcément sexuel, mais la vraie envie d'être ensemble).

Ta méthode :

1. Diagnostiquer ce qui s'est perdu (audit de la relation)
2. Réapprendre à communiquer en profondeur (au-delà de la logistique)
3. Installer des rituels de connexion hebdomadaires
4. Travailler le désir et la séduction (même après 15 ans)

Ta crédibilité : Thérapeute de couple certifiée. 12 ans de pratique. Accompagné 200+ couples. Mariée depuis 18 ans.

Le prompt adapté

Tu es un copywriter expert pour coachs et thérapeutes spécialisés en relations.

Génère une page de vente pour un programme de coaching couple (3 mois) à 2000€.

CONTRAINTES :

- Longueur : 2000 mots
- Ton : intime, honnête, sans jugement
- Parle autant au couple qu'à la personne qui lit seule (souvent la femme cherche d'abord)

DONNÉES :

Ma cible : Femmes de 35-55 ans en couple depuis 10+ ans. Relation devenue plate. Plus de complicité ni désir. Juste la logistique.

Le problème : Elles se sentent seules dans leur couple. Ne parlent plus que des enfants et courses. Se demandent si c'est normal ou trop tard.

La transformation : Dans 3 mois, connexion retrouvée, rituels installés, désir ravivé (pas forcément sexuel, mais vraie envie d'être ensemble).

. . .

Ma méthode :

1. Diagnostiquer ce qui s'est perdu
2. Réapprendre à communiquer en profondeur
3. Installer rituels de connexion hebdomadaires
4. Travailler désir et séduction (même après 15 ans)

Ma crédibilité : Thérapeute certifiée. 12 ans de pratique.
200+ couples accompagnés. Mariée depuis 18 ans.

Objections à traiter :

- "Mon partenaire ne voudra jamais faire ça"
- "C'est peut-être normal après tant d'années"
- "On a déjà essayé la thérapie, ça n'a rien changé"

Génère la page de vente.

Points clés spécifiques

La page doit normaliser le problème (c'est courant, pas une fatalité).

Montrer que le coaching peut fonctionner même si un seul des deux est motivé au départ.

Prouver que la passion peut revenir (témoignages essentiels).

CHAPITRE 38

COACH CONFIANCE / PRISE DE PAROLE

Le formulaire rempli (exemple)

Ta cible : Femmes de 30-50 ans qui ont l'expertise mais n'osent pas prendre la parole en réunion, conférence, ou vidéo. Elles restent invisibles alors qu'elles ont beaucoup à apporter.

Le problème : Leur cœur s'emballe dès qu'elles doivent parler devant un groupe. Elles répètent mentalement mais se bloquent. Elles regardent les autres s'exprimer et regrettent de ne pas avoir osé.

La transformation : Dans 8 semaines, elles prendront la parole avec clarté en réunion, partageront leurs idées sans trembler, et se sentiront légitimes.

Ta méthode :

1. Déconstruire la peur (d'où elle vient, ce qu'elle protège)
2. Maîtriser les techniques vocales et corporelles (respiration, posture, ancrage)
3. Pratiquer dans un cadre sécurisé (jeux de rôle, feedback bienveillant)

4. Passer à l'action progressive (petite prise de parole
→ grande)

Ta crédibilité : Coach en communication certifiée. Ex-avocate qui a vécu la même peur. Formé 150+ personnes. Intervenante TEDx.

Le prompt adapté

Tu es un copywriter expert pour coachs spécialisés en confiance et prise de parole.

Génère une page de vente pour un programme de 8 semaines à 1800€.

CONTRAINTES :

- Longueur : 2000 mots
- Ton : encourageant mais pas infantilisant, pragmatique
- Montrer que c'est une compétence qui s'apprend, pas un talent inné

DONNÉES :

Ma cible : Femmes de 30-50 ans avec expertise mais n'osent pas prendre la parole en réunion/conférence/vidéo. Restent invisibles.

Le problème : Cœur qui s'emballe dès qu'elles doivent parler devant groupe. Se bloquent. Regardent autres s'exprimer et regrettent.

. . .

La transformation : Dans 8 semaines, prendront parole avec clarté en réunion, partageront idées sans trembler, se sentiront légitimes.

Ma méthode :

1. Déconstruire la peur (origine, protection)
2. Maîtriser techniques vocales et corporelles (respiration, posture, ancrage)
3. Pratiquer en cadre sécurisé (jeux de rôle, feedback)
4. Action progressive (petite prise de parole → grande)

Ma crédibilité : Coach certifiée. Ex-avocate avec même peur. 150+ personnes formées. Intervenante TEDx.

Objections à traiter :

- "C'est un don, on l'a ou on ne l'a pas"
- "J'ai trop peur, je ne pourrai jamais"
- "J'ai déjà essayé de me forcer, ça ne marche pas"

Génère la page de vente.

Points clés spécifiques

La page doit dédramatiser la peur (c'est normal, pas une faiblesse).

Montrer que c'est technique avant d'être mental.

Prouver que même les personnes terrifiées peuvent y arriver (témoignages de transformations extrêmes).

CHAPITRE 39

COACH BUSINESS / ENTREPRENEURS

Le formulaire rempli (exemple)

Ta cible : Coachs, thérapeutes, consultants en solo qui ont l'expertise mais pas de clients réguliers. Ils font du gratuit, des "sessions découvertes" qui ne convertissent jamais, et ne savent pas comment vendre.

Le problème : Ils pensent que si leur contenu est bon, les clients viendront. Résultat : calendrier vide. Peur de "déranger". Impression de mendier des clients.

La transformation : Dans 12 semaines, ils auront une offre claire à prix premium, un argumentaire qui vend naturellement, et 3-5 clients payants.

Ta méthode :

1. Définir l'offre premium (positionnement, prix, promesse)
2. Construire l'argumentaire (page de vente, email, post)
3. Créer le système d'acquisition (où trouver les clients, comment approcher)
4. Maîtriser la conversation de vente (sans être un commercial)

Ta crédibilité : Coach business depuis 2020. Formé 700+ coachs. Créé Online Coach Express. Revenu passé de 0 à 6 chiffres en 18 mois.

Le prompt adapté

Tu es un copywriter expert pour coachs business qui forment des entrepreneurs.

Génère une page de vente pour une formation de 12 semaines à 2500€.

CONTRAINTES :

- Longueur : 2500 mots
- Ton : direct, no-bullshit, orienté résultats
- Insiste sur le concret et l'actionnable

DONNÉES :

Ma cible : Coachs, thérapeutes, consultants solo avec expertise mais pas de clients réguliers. Font du gratuit, des sessions découvertes qui ne convertissent jamais.

Le problème : Pensent que si contenu bon, clients viendront. Calendrier vide. Peur de déranger. Impression de mendier.

La transformation : Dans 12 semaines, offre claire à prix premium, argumentaire qui vend, 3-5 clients payants.

. . .

Ma méthode :

1. Définir offre premium (positionnement, prix, promesse)
2. Construire argumentaire (page de vente, email, post)
3. Créer système d'acquisition (où trouver clients, comment approcher)
4. Maîtriser conversation de vente (sans être commercial)

Ma crédibilité : Coach business depuis 2020. 700+ coachs formés. Créé Online Coach Express. 0 à 6 chiffres en 18 mois.

Objections à traiter :

- "Je ne veux pas être vendeuse"
- "Mon marché est saturé"
- "Je n'ai pas assez d'audience pour vendre"

Génère la page de vente.

Points clés spécifiques

La page doit casser le mythe du "contenu de qualité = clients automatiques".

Montrer que vendre est une compétence distincte de l'expertise.

Prouver que des résultats sont possibles même avec une petite audience.

PARTIE 12 : ALLER PLUS LOIN AVEC L'IA

CHAPITRE 40

GÉNÉRER DES TÉMOIGNAGES FICTIFS (À ÉVITER)

L'IA peut générer des témoignages clients.
Mais attention : jamais de témoignages inventés.
Pourquoi c'est tentant

Tu débutes. Tu n'as pas encore de clients. Tu veux quand même de la preuve sociale.

L'IA peut générer des témoignages crédibles en 10 secondes.

Pourquoi c'est une erreur fatale

1. C'est malhonnête. Point final.
2. Si quelqu'un découvre que c'est faux, tu perds toute crédibilité à jamais.
3. Tu peux être poursuivi pour publicité mensongère dans certains pays.

L'alternative légitime

Option 1 : Témoignages de bêta-testeurs

Offre ton programme gratuitement à 3-5 personnes en échange d'un témoignage honnête.

Option 2 : Preuve sociale alternative

Au lieu de témoignages clients : tes certifications, tes formations suivies, les experts qui t'ont formé.

Option 3 : Ton propre parcours

Raconte ta transformation personnelle. C'est un témoignage en soi.

Ce que l'IA peut faire légitimement

Tu as de vrais témoignages écrits mais mal formulés.

L'IA peut les améliorer SANS changer le fond.

Prompt : "Reformule ce témoignage pour qu'il soit plus impactant. Ne change pas les faits, améliore juste la clarté. Voici le témoignage : [colle]."

CHAPITRE 41

UTILISER L'IA POUR LES OBJECTIONS IMPRÉVISIBLES

Pendant un appel de vente, un prospect soulève une objection à laquelle tu n'avais pas pensé.

L'IA peut t'aider à préparer des réponses.

Le processus

Étape 1 : Collecte

Après chaque appel, note les objections entendues.

Étape 2 : Génération

Prompt : "Génère une réponse persuasive pour cette objection : [objection]. Contexte : [ton offre]. Ton : empathique mais ferme."

Étape 3 : Bibliothèque

Sauvegarde toutes ces réponses dans un document "Objections et réponses".

Avant chaque appel, tu le relis. Tu es prêt à tout.

Exemples d'objections imprévisibles

- "Mon conjoint pense que c'est une perte d'argent"
- "J'ai peur que vous me jugiez pendant les sessions"
- "Et si ça ne marche pas pour moi ?"
- "Je préfère lire des livres, c'est moins cher"
- "Ma situation est trop complexe pour du coaching"

Pour chacune, l'IA génère une réponse structurée : empathie + recadrage + preuve.

CHAPITRE 42

L'IA COMME SPARRING PARTNER

Tu peux utiliser l'IA pour tester ton argumentaire avant de le publier.

Le jeu de rôle IA

Prompt : "Tu es mon client idéal : [décris ta cible]. Je vais te présenter mon offre. Réagis naturellement avec tes doutes, objections, questions. Sois exigeant."

Tu copies-colles ta page de vente.

L'IA joue le rôle du prospect sceptique.

Elle te dit ce qui ne la convainc pas. Ce qui manque. Ce qui sonne faux.

Tu ajustes.

Le test de clarté

Prompt : "Lis cette page de vente. Identifie tous les passages flous, les promesses vagues, les mots compliqués. Liste-les."

L'IA devient ton éditeur impitoyable.

Tu corriges. Ta page devient ultra-claire.

Le test de ton

Prompt : "Cette page de vente sonne-t-elle comme [ton désiré : empathique / direct / inspirant] ? Identifie les passages où le ton dérape."

L'IA analyse le ton. Te montre où tu es trop agressif, trop mou, ou pas cohérent.

PARTIE 13 : CONSTRUIRE UN SYSTÈME RÉCURRENT

CHAPITRE 43

LE SYSTÈME DE LANCEMENT MENSUEL

Une fois que ton formulaire et tes prompts sont rodés, tu peux lancer une nouvelle offre chaque mois.

Le cycle mensuel

Semaine 1 : Validation de l'idée

Tu testes l'idée auprès de ta liste email ou sur tes réseaux.

Un simple post : "Si je créais un programme sur [sujet], seriez-vous intéressé ?"

Les réponses te disent si l'offre a du potentiel.

Semaine 2 : Création de la page

Tu remplis ton formulaire maître avec les spécificités de cette offre.

Tu génères la page avec l'IA. Tu affines. Total : 2-3 heures.

Semaine 3 : Création du contenu promo

Tu génères : 5 emails de lancement, 10 posts réseaux sociaux, 2 scripts vidéo.

L'IA fait tout. Tu ajustes. Total : 2-3 heures.

Semaine 4 : Lancement

Tu envoies tes emails. Tu postes. Tu réponds aux questions.

Tu prends les inscriptions ou les appels découverte.

Le résultat après 6 mois

6 offres créées. 6 pages de vente pro. Bibliothèque de contenu massive.

Tu découvres laquelle convertit le mieux. Tu doubles la mise dessus.

CHAPITRE 44

LE SYSTÈME EVERGREEN

Une fois qu'une offre fonctionne, tu la rends evergreen.

Evergreen = disponible en permanence, pas juste pendant un lancement.

Comment transformer en evergreen

Élément 1 : Automatise l'acquisition

Crée un lead magnet qui attire ta cible.

Exemple : "Guide gratuit : Les 5 Erreurs Qui Tuent Tes Pages de Vente"

Les gens téléchargent. Ils rejoignent ta liste.

Élément 2 : Automatise la séquence de vente

Ils reçoivent automatiquement tes 5 emails de lancement.

Email 1 le jour de l'inscription. Email 2 après 2 jours. Etc.

Élément 3 : Automatise l'appel à l'action

À la fin de la séquence, lien vers ta page de vente evergreen.

Ils peuvent acheter ou réserver un appel à tout moment.

Le résultat

Pendant que tu dors, le système :

- Attire des prospects

- Les nurture par email
- Les envois vers ta page de vente
- Génère des ventes ou des appels

Tu intervies uniquement pour les appels découverte ou la livraison.

CHAPITRE 45

MESURER LE ROI DU SYSTÈME

Le système IA te fait gagner du temps. Mais combien exactement ?

Le calcul

Avant l'IA :

- Rédiger une page de vente : 10-20 heures
- Générer les emails de promo : 5-8 heures
- Créer les posts réseaux : 3-5 heures
- **Total : 18-33 heures par offre**

Avec l'IA :

- Remplir le formulaire : 1 heure
- Générer et affiner la page : 2 heures
- Générer emails et posts : 1 heure
- **Total : 4 heures par offre**

Le gain réel

Tu gagnes 15-30 heures par offre.

Si tu lances 6 offres par an, tu gagnes 90-180 heures.

C'est 2-4 semaines de travail à temps plein.

Le coût

ChatGPT ou Claude : 20\$/mois.

Sur un an : 240\$.

Retour sur investissement : si une seule vente supplémentaire grâce au temps gagné, c'est rentabilisé 10x.

PARTIE 14 : LES LIMITES DU SYSTÈME

CHAPITRE 46

CE QUE L'IA NE REEMPLACERA JAMAIS

L'IA est puissante. Mais elle a des limites nettes.

Limite 1 : L'authenticité profonde

L'IA peut écrire "Je comprends ce que tu vis".

Mais elle ne VIT pas. Elle ne SENT pas.

Ton expérience personnelle, tes échecs, tes victoires : c'est toi qui les apportes.

L'IA structure. Toi, tu donnes l'âme.

Limite 2 : La connexion humaine réelle

Une page de vente génère de l'intérêt. Mais la vente se fait humain à humain.

L'appel découverte. L'échange par email. Le suivi personnalisé.

Ça, l'IA ne le fera jamais à ta place.

Limite 3 : L'évolution de ton message

Ton positionnement évolue. Ta compréhension de ta cible s'affine.

L'IA génère selon ce que tu lui donnes MAINTENANT.

Mais c'est toi qui captes les retours clients, qui ajustes, qui affines.

Le partenariat optimal

L'IA = ton assistant qui structure et rédige rapidement.

Toi = le cerveau qui pense, ressent, ajuste, et connecte.

Ensemble, vous êtes imbattables.

CHAPITRE 47

QUAND NE PAS UTILISER L'IA

Il y a des moments où écrire manuellement est supérieur.

Moment 1 : L'histoire personnelle profonde

Si tu racontes ton parcours de transformation, écris-le toi-même.

L'IA peut améliorer la structure après. Mais le premier jet doit venir de toi.

Les émotions réelles ne se génèrent pas.

Moment 2 : Les emails ultra-personnalisés

Tu réponds à un prospect qui t'a écrit un long email avec sa situation spécifique.

Ne génère pas ta réponse avec l'IA. Réponds humainement.

L'IA pour les séquences automatisées. Toi pour les échanges 1-to-1.

Moment 3 : Les situations sensibles

Un client te confie une douleur profonde. Un traumatisme. Une peur viscérale.

Si tu intègres ça dans ton contenu, écris manuellement.

L'IA manque de la sensibilité nécessaire pour ces sujets.

CHAPITRE 48

L'ÉTHIQUE DE L'IA EN COPYWRITING

Utiliser l'IA pour vendre soulève des questions éthiques.

Question 1 : Dois-tu dire que tu utilises l'IA ?

Non, tu n'es pas obligé.

L'IA est un outil, comme Word ou Canva.

Ce qui compte : le contenu est-il honnête ? Les promesses sont-elles tenables ?

Si oui, l'outil utilisé n'a pas d'importance.

Question 2 : Peut-on vendre avec l'IA en restant authentique ?

Oui, si tu guides l'IA avec TES informations, TES valeurs, TON ton.

L'IA amplifie ton message. Elle ne le crée pas de zéro.

Question 3 : Où est la limite entre aide et manipulation ?

La manipulation = promettre ce que tu ne peux pas livrer.

L'aide = structurer ton message pour qu'il soit clair et persuasif.

L'IA peut faire les deux. À toi de choisir.

Règle d'or : si tu ne peux pas livrer ce que ta page promet, ne la publie pas.

PARTIE 15 : MAINTENANCE ET ÉVOLUTION

CHAPITRE 49

METTRE À JOUR TON FORMULAIRE MAÎTRE

Ton formulaire maître n'est pas figé.
Tous les 3-6 mois, tu dois le revisiter.

Les signaux de mise à jour nécessaire

Signal 1 : Tes clients ont changé

Tu attires maintenant une cible légèrement différente de celle prévue initialement.

Mets à jour la section "Ta cible" avec les nouvelles caractéristiques.

Signal 2 : Ton positionnement a évolué

Tu as affiné ta méthode. Tu as un nouveau framework. Tu as changé ton angle.

Mets à jour la section "Ta méthode" et "Ce qui te rend unique".

Signal 3 : De nouvelles objections émergent

Tu entends régulièrement une objection que tu n'avais pas anticipée.

Ajoute-la à ta liste. Génère une réponse. Intègre-la dans tes futures pages.

Le processus de mise à jour

Bloque 1h tous les 3 mois.

Relis ton formulaire maître.

Ajuste ce qui a changé.

Régénère 2-3 pages avec les nouvelles infos pour voir la différence.

CHAPITRE 50

FORMER TON IA PERSONNELLE

Plus tu utilises l'IA, plus tu peux l'entraîner à écrire comme toi.

La technique du "styleguide"

Crée un document qui décrit ton style d'écriture.

Exemple :

"Mon style :

- Phrases courtes. Jamais plus de 20 mots.
- Pas de jargon. Langage simple.
- Ton direct. Je tutoie.
- J'utilise des exemples concrets systématiquement.
- Pas de superlatifs excessifs (jamais 'incroyable', 'extraordinaire').
- Questions rhétoriques pour engager.
- Humour léger OK, mais pas de blagues forcées."

Comment l'utiliser

Avant chaque génération, ajoute à ton prompt :

"Respecte ce styleguide : [colle ton document de style]."

L'IA ajuste son écriture. Le résultat sonne plus comme toi.

Après 10-20 générations, ton styleguide devient plus précis. Tu affines.

CHAPITRE 51

INTÉGRER LES FEEDBACKS CLIENTS

Tes clients te disent ce qui les a convaincus (ou pas).
Utilise ces infos pour améliorer tes futures pages.

Le système de collecte

Après chaque vente, demande :

"Qu'est-ce qui t'a convaincu de rejoindre ce programme ?"

Note les réponses. Elles révèlent les vrais déclencheurs.

L'intégration dans le formulaire

Si 5 clients disent : "J'ai adoré que tu montres les étapes précises",

Ajoute à ton formulaire : "Insiste sur la clarté du processus étape par étape."

Si 3 clients disent : "Ce qui m'a rassuré, c'est que tu as vécu la même chose",

Ajoute : "Met en avant mon parcours personnel et ma transformation."

Le cycle d'amélioration continue

Génération 1 → Vente → Feedback → Ajustement formulaire → Génération 2 → Meilleure conversion

Chaque cycle améliore ton système.

Après 6 mois, tes pages convertissent 2-3x mieux qu'au début.

PARTIE 16 : CAS D'ÉTUDE COMPLET

CHAPITRE 52

DE ZÉRO À PAGE DE VENTE EN 2 HEURES

Voici le processus complet, étape par étape, chronomètre en main.

HEURE 1 : Remplir le formulaire maître

0-15 min : Section 1 (Ta cible)

Tu réponds aux 5 questions sur ton client idéal.

Tu es précise. Pas de généralités.

15-30 min : Section 2 (Le problème)

Tu décris le problème en détail. Les manifestations quotidiennes. Les conséquences.

30-45 min : Section 3 (La transformation)

Tu décris l'état désiré avec des détails sensoriels.

45-55 min : Section 4 (Ta méthode)

Tu listes les 3-5 étapes de ton processus.

55-60 min : Section 5 (Ta crédibilité)

Tu notes tes résultats, formations, légitimité.

HEURE 2 : Générer et affiner

60-65 min : Construire le prompt

Tu copies ton template de prompt.

Tu remplis avec les réponses de ton formulaire.

Tu colles dans ChatGPT ou Claude.

65-75 min : Première génération

L'IA génère. Tu lis entièrement.

Tu notes ce qui sonne bien et ce qui doit être ajusté.

75-90 min : Affiner

Tu demandes 2-3 ajustements :

- "Rends l'introduction plus percutante"
- "Ajoute cette objection : [...]"
- "Raccourcis la section bénéfices"

90-105 min : Relecture finale

Tu relis.

Tu corriges les fautes (l'IA en fait).

Tu vérifies que les promesses sont tenables.

105-120 min : Mise en forme

Tu copies le texte dans ton outil de page de vente (Systeme.io, Kit, WordPress).

Tu ajoutes les boutons d'appel à l'action.

Tu vérifies que tout fonctionne.

Résultat : Page de vente prête à publier en 2 heures.

PARTIE 17 : ACTIONS IMMÉDIATES

CHAPITRE 53

TA CHECKLIST DES 7 PROCHAINS JOURS

Tu as lu le guide. Maintenant, action.

Jour 1 : Choisis ton outil IA

Crée un compte ChatGPT ou Claude.

Teste les deux avec un prompt simple pour voir lequel tu préfères.

Décide si tu prends la version payante ou gratuite (commence gratuit si budget serré).

Jour 2 : Crée ton formulaire maître

Ouvre un Google Doc ou Notion.

Copie les 5 sections avec toutes les questions du Chapitre 8.

Ne remplis rien encore. Juste la structure.

Jour 3 : Remplis la Section 1 (Ta cible)

Bloque 20 minutes.

Réponds aux 5 questions sur ton client idéal.

Sois ultra-spécifique. Pas de généralités.

Jour 4 : Remplis les Sections 2 et 3 (Problème et Transformation)

Bloque 30 minutes.

Décris le problème en détail. Puis l'état désiré.

Utilise le langage que tes clients utilisent réellement.

Jour 5 : Remplis les Sections 4 et 5 (Méthode et Crédibilité)

Bloque 20 minutes.

Liste les étapes de ta méthode. Note tes preuves de crédibilité.

Ton formulaire maître est maintenant complet.

Jour 6 : Génère ta première page

Copie le template de prompt du Chapitre 11.

Remplis-le avec les réponses de ton formulaire.

Colle dans l'IA. Attends. Lis le résultat.

Jour 7 : Affine et publie

Demande 2-3 ajustements à l'IA.

Relis. Corrige. Mets en forme.

Publie ta première page générée par IA.

À la fin de la semaine : tu as un système fonctionnel et une page de vente professionnelle.

CHAPITRE 54

LES 30 PROCHAINS JOURS

Semaine 1 : Maîtrise le système

Génère 3 versions différentes de ta page avec des angles variés.

Compare. Choisis la meilleure.

Semaine 2 : Crée tes emails de lancement

Utilise le Chapitre 29 pour générer ta séquence de 5 emails.

Teste en t'envoyant les emails à toi-même.

Ajuste le ton si nécessaire.

Semaine 3 : Crée ton contenu promo

Génère 10 posts réseaux sociaux avec les techniques du Chapitre 30.

Planifie-les sur 2 semaines.

Semaine 4 : Lance

Envoie tes emails.

Poste ton contenu.

Dirige le trafic vers ta page.

Mesure les résultats.

Objectif mois 1 : Minimum 1 vente ou 5 appels découverte générés par ta page IA.

CHAPITRE 55

LES 90 PROCHAINS JOURS

Mois 1 : **Validation**
Lance une première offre avec ton système.
Mesure : combien de visiteurs, combien de conversions.

Collecte les feedbacks des premiers clients.

Mois 2 : Optimisation

Affine ta page selon les résultats du mois 1.

Teste 2-3 variantes de titre et d'appel à l'action.

Garde ce qui convertit le mieux.

Mois 3 : Diversification

Crée une deuxième offre avec le même système.

Offre complémentaire ou version différente de la première.

Mesure laquelle performe le mieux.

Résultat après 90 jours : 2 offres validées, pages qui convertissent, système rodé.

CHAPITRE 56

EXEMPLES DE RÉSULTATS RÉALISTES

Voici ce que tu peux attendre selon ton point de départ.

Si tu débutes (0 client)

Mois 1-2 :

- Page de vente pro créée
- 50-100 visiteurs sur ta page
- 2-5 appels découverte
- 1-2 premiers clients

Mois 3-6 :

- 2-3 offres créées
- 200-500 visiteurs mensuels
- 10-20 appels découverte
- 3-8 clients réguliers

Si tu as déjà une activité (quelques clients)

Mois 1-2 :

- 3 pages de vente créées (offres multiples)

- 200-500 visiteurs
- 10-20 conversions
- Revenu augmenté de 30-50%

Mois 3-6 :

- Système evergreen en place
- 500-1500 visiteurs mensuels
- 20-50 conversions
- Revenu doublé

Si tu es déjà établi (agenda plein)

Utilisation :

- Créer de nouvelles offres premium rapidement
- Tester des niches adjacentes sans effort
- Déléguer la rédaction à un assistant avec tes prompts
- Multiplier les sources de revenu sans multiplier le temps

PARTIE 18 : CONCLUSION

CHAPITRE 57

CE QUE TU VIENS D'APPRENDRE

Tu as maintenant un système complet pour générer des pages de vente professionnelles en quelques heures.

Pas besoin d'être un copywriter.

Pas besoin d'être un vendeur né.

Juste besoin de connaître ton client, ton offre, et ton expertise.

Les 3 piliers du système

Pilier 1 : Le formulaire maître

5 sections. Questions précises. Réponses détaillées.

C'est la fondation. Si elle est solide, tout le reste fonctionne.

Pilier 2 : Les prompts optimisés

Structure claire. Contraintes définies. Données spécifiques.

L'IA ne devine pas. Tu guides avec précision.

Pilier 3 : L'itération et l'amélioration

La première version n'est jamais parfaite.

Mais en 2-3 itérations, tu as une page qui convertit.

Ce qui change vraiment

Tu ne passes plus 2 semaines sur une page de vente.

Tu ne reportes plus tes lancements parce que "la page n'est pas prête".

Tu testes plus d'offres. Tu apprends plus vite. Tu génères plus de revenu.

Le temps gagné, tu le réinvestis dans l'accompagnement de tes clients.

CHAPITRE 58

LES 3 ERREURS À NE PAS FAIRE

E rreur 1 : Vouloir la page parfaite du premier coup

La perfection est l'ennemie de l'action.

Ta première page sera bonne, pas parfaite.

Publie-la. Teste-la. Améliore-la.

Mieux vaut une page à 80% qui génère des clients maintenant qu'une page à 100% dans 6 mois.

Erreur 2 : Négliger le formulaire maître

Tu es pressé.e. Tu sautes des questions. Tu restes vague.

Résultat : l'IA génère du contenu générique qui ne convertit pas.

Le formulaire prend 1 heure. C'est l'heure la plus importante de tout le processus.

Ne la saute pas.

Erreur 3 : Ne jamais tester ni mesurer

Tu génères une page. Tu la publies. Tu n'analyses jamais les résultats.

Tu ne sais pas ce qui fonctionne. Tu ne peux pas améliorer.

Installe au minimum Google Analytics.

Regarde tes métriques une fois par semaine.

Ajuste selon les données.

CHAPITRE 59

LA PROCHAINE RÉVOLUTION

L'IA évolue vite.
Ce qui est vrai aujourd'hui sera obsolète dans 18 mois.

Ce qui arrive

IA multimodale : Bientôt, tu donneras juste des instructions vocales. L'IA génère la page en temps réel.

IA personnalisée : Des IA entraînées spécifiquement sur ton style, ton ton, tes offres.

Pages de vente dynamiques : L'IA ajuste la page en fonction du visiteur (son historique, ses intérêts, ses objections probables).

Comment te préparer

Maîtrise les bases maintenant.

Le formulaire maître et la logique de structure restent valables.

Les outils changent. Les principes de persuasion non.

Si tu domines la structure et la psychologie, tu adopteras les nouveaux outils facilement.

CHAPITRE 60

LE DERNIER CONSEIL

Si tu ne devais retenir qu'une seule chose de ce guide :
L'IA est un amplificateur, pas un créateur.
Elle amplifie ton expertise.

Elle amplifie ta clarté.

Elle amplifie ton message.

Mais si ton expertise est floue, si ta cible est vague, si ton offre n'est pas claire, l'IA amplifiera le flou.

Avant de demander à l'IA de générer quoi que ce soit, pose-toi ces 3 questions :

1. Est-ce que je sais exactement qui j'aide ?
2. Est-ce que je sais exactement quel problème je résous ?
3. Est-ce que je peux expliquer ma méthode en 5 étapes ou moins ?

Si tu réponds "non" à l'une de ces questions, ne génère pas encore.

Clarifie d'abord.

Ensuite, l'IA fera des merveilles.

TES ACTIONS IMMÉDIATES

Ferme ce guide.

Fais ces 3 choses maintenant :

1. Crée ton compte IA

ChatGPT ou Claude. 5 minutes.

2. Crée ton formulaire maître

Google Doc avec les 5 sections. 10 minutes.

3. Remplis la Section 1

Décris ton client idéal en détail. 15 minutes.

Ces 3 actions prennent 30 minutes.

Dans 7 jours, si tu suis le plan, tu auras ta première page de vente professionnelle.

Dans 30 jours, tu auras lancé ton offre et obtenu tes premiers résultats.

Dans 90 jours, tu auras un système qui génère des pages en 2 heures et des clients en continu.

Mais seulement si tu commences maintenant.

Pas demain.

Pas après avoir lu un autre guide.

Maintenant.

À toi de jouer.