DIGITAL SNACK · N°3

Comment Transformer tes Offres en Cash™

Le système complet pour créer une offre que tes clients ne peuvent pas refuser

- **L'Équation de Valeur™**
  Comprendre pourquoi les gens achètent
- **Workshop 8 Étapes**
  Construis ton offre irrésistible maintenant
- **Impact sur les 5 Leviers**
  Chiffres concrets avant/après

Saifeddine El Gharbaoui
Architecte de Clarté Rentable™

À PROPOS DE L'AUTEUR

Saifeddine El Gharbaoui

Architecte de Clarté Rentable™ · Coach d'Affaires · Formateur · Conférencier

Pendant 19 ans, j'ai accompagné des coachs, formateurs, consultants et dirigeants PME à traverser un moment précis — celui où ils réalisent que leur vrai problème n'est pas la compétence.

C'est l'offre.

Pas la méthode. Pas le marché. Pas le réseau. L'offre — mal construite, mal nommée, mal positionnée — qui empêche une expertise réelle de se transformer en revenus réels.

J'ai fondé ACP Training & Consulting, créé le Club des Gagnants™, formé plus de 50 000 participants, et accompagné des entreprises comme Danone, BNP Paribas, AXA et Shell.

+19 ans	+20 000h	+50 000	4
expertise terrain	*formation délivrée*	*participants formés*	*entreprises sauvées*

Ce guide est la synthèse de tout ce que j'aurais voulu avoir quand j'ai commencé à construire mes premières offres. Chaque page est un outil. Chaque outil est testable aujourd'hui.

> *« Ton expertise mérite d'être payée à sa juste valeur. Ce guide est là pour t'y amener — pas avec des promesses, mais avec un système. »*

SOMMAIRE

Introduction	Ce n'est pas toi. C'est ton offre.	
Bloc 01	Les 5 Modèles Mentaux qui sabotent tes offres	
Bloc 02	L'Équation de Valeur™	
Bloc 03	Les 3 Niches à Cash	
Bloc 04	Les 6 Ingrédients d'une Offre Irrésistible™	
Bloc 05	Les 5 Leviers ISD™ × L'Offre — Impact chiffré	
Bloc 06	Les 4 Types d'Offres à Maîtriser	
Bloc 07	Workshop Offre™ — 8 Étapes	
Bloc 08	5 Offres Irrésistibles Complètes	
Bloc 09	Le Pricing qui commande le respect™	
Bloc 10	Pont + Révélateur Final + Conclusion	

INTRO

Ce n'est pas toi. C'est ton offre.

Tu n'es pas médiocre.

Tu n'es pas incompétent. Tu n'es pas au mauvais endroit au mauvais moment.

Tu es sous-positionné.

Et la différence entre quelqu'un qui galère à trouver des clients et quelqu'un qui en a plus qu'il n'en peut — ce n'est pas le talent. Ce n'est pas l'expérience. Ce n'est pas le réseau.

C'est l'offre.

> *« Si tu ne peux pas expliquer ton offre en une phrase et que les gens ne disent pas je veux ca, tu n'as pas d'offre. Tu as une description de service. — Directive de l'Architecte de Clarte Rentable sur l'offre »*

Voici l'erreur que font 95% des coachs, formateurs et consultants.

✗ Ce qu'ils vendent	☑ Ce qu'ils devraient vendre
Leurs séances de coaching	La transformation que le client va vivre
Leur formation de 8 modules	Le résultat précis en X semaines
Leur temps et leur expertise	La solution à un problème douloureux
Un accompagnement personnalisé	Passe de A a B en Z jours — garanti

Ce tableau semble simple. Il ne l'est pas.

Parce que la plupart des gens lisent la colonne de droite et pensent 'oui c'est évident' — et continuent à vendre la colonne de gauche le lendemain matin.

Ce guide est là pour changer ça. Définitivement.

Rappelle-toi pourquoi tu as choisi ce métier.

Pas pour avoir un deuxième emploi. Pas pour remplir des agendas. Pour avoir de l'impact. Pour créer quelque chose qui t'appartient. Pour offrir à ta famille la liberté que tu mérites.

Une offre irrésistible n'est pas un outil commercial. C'est le pont entre ton expertise et ta liberté.

★ POINT CLÉ™ — Ce que tu vas avoir à la fin de chaque chapitre

Bloc 01 — 5 croyances identifiées, coût calculé, modèle de remplacement en main.
Blocs 02-03 — La logique complète de la valeur perçue + ta niche à Cash identifiée.
Bloc 04 — Ton offre reconstruite sur les 6 ingrédients qui font acheter.
Bloc 05 — L'impact chiffré de ton offre sur chacun de tes 5 leviers de croissance.
Blocs 06-07 — Ton escalier de valeur complet + offre construite en 8 étapes.
Bloc 08-09 — 5 modèles d'offres complètes + ton prix annoncé avec conviction.
Bloc 10 — Le système complet, le pont vers l'étape suivante, ta décision ce soir.

Ne lis pas ce guide.

Fais-le. Maintenant. Page par page.

Parce que l'information sans action, c'est du divertissement.

Et tu n'as pas besoin de te divertir. Tu as besoin de te libérer.

01

Les 5 Modèles Mentaux qui sabotent tes offres.

Avant de construire quelque chose, tu dois détruire quelque chose.

Les croyances limitantes sur l'offre ne sont pas des opinions. Ce sont des programmes. Des reflexes automatiques qui pilotent tes décisions avant même que tu aies le temps de réfléchir.

Et ces programmes ont un coût. Pas symbolique.

Un coût réel. Calculable. En dirhams perdus chaque mois.

Voici les 5 modèles mentaux les plus fréquents — ceux que je retrouve chez 9 coachs sur 10 en première session. Identifie lesquels te parlent. Sois honnête.

M1 Le marché n'est pas prêt à payer plus

"Je ne peux pas facturer cher au Maroc. Les gens n'ont pas les moyens. Mon marché est différent."

▫ Coût réel	▫ Ce qui change	☑ Modèle de remplacement
Des clients premium perdus chaque mois. Tu attires des chasseurs de bon marché — et tu épuises ton énergie.	Le marché ne peut pas payer — tes clients actuels ne peuvent pas. Ce n'est pas la même chose.	Repositionne ton ICP vers ceux qui ont un problème douloureux ET les moyens de le résoudre.

La vérité que personne ne dit à voix haute :

Il y a des gens qui paient 50 000 DHS pour un programme de perte de poids. Des dirigeants qui signent des retainers à 30 000 DHS par mois pour un consultant. Des coachs de vie dont les clients paient 8 000 DHS pour 3 mois d'accompagnement.

Ils ne sont pas au Maroc ? Si. Ils existent. Tu ne les attires pas encore.

La différence entre toi et le coach qui facture 3x plus n'est pas le talent. C'est la clarté de l'offre et la précision de l'ICP.

M2 Mon offre, c'est mon expertise — pas un produit

"Je vends mon accompagnement personnalisé. Chaque client est unique. Je ne peux pas packager ça."

▫ Coût réel	▫ Ce qui change	☑ Modèle de remplacement
Chaque vente recommence à zéro. Pas de référence claire. Impossible de scaler ou de déléguer.	Une expertise sans cadre n'est pas vendable. Une méthode nommée avec des étapes l'est.	Crée un cadre reproductible avec un nom propre — même si tu l'adaptes, tu as un système.

Hormozi dit quelque chose d'important ici :

Les gens n'achètent pas de l'expertise. Ils achètent un chemin balisé vers un résultat. Donne-leur le chemin. Nomme-le. Explique les étapes. Et soudain, ton expertise devient une offre.

M3 Si je suis trop cher, je vais perdre des clients

"Je préfère être accessible. Moins cher = plus de clients. Il vaut mieux avoir du volume."

▫ Coût réel	▫ Ce qui change	☑ Modèle de remplacement
Tu travailles plus pour gagner moins. Tu attires des clients qui valorisent peu ton travail.	Moins de clients à prix élevé = plus de temps, plus d'impact, plus de revenus nets.	Un prix élevé est un signal de qualité. Il filtre les mauvais clients avant le premier appel.

L'exemple qui change tout :

Modèle A — Prix bas	Modèle B — Prix aligné valeur
20 clients × 500 DHS	**5 clients × 3 500 DHS**
= 10 000 DHS/mois	**= 17 500 DHS/mois**
100% de ton énergie	35% de ton énergie
Impossible à scaler	3 slots disponibles pour grandir

M4 Il faut d'abord prouver, ensuite facturer

"Je vais commencer par des tarifs bas pour montrer ma valeur. Quand ils verront les résultats, ils paieront plus."

▫ Coût réel	▫ Ce qui change	☑ Modèle de remplacement
Tu crées une attente de bas prix. Monter le tarif ensuite est perçu comme une trahison.	Le premier prix que tu annonces définit la perception pour toujours. Il n'y a pas de deuxième première impression.	Facture au prix juste dès le départ. La valeur se démontre dans l'offre, pas après.

Ce que j'ai vu des centaines de fois en 19 ans :

Le coach qui commence à 300 DHS la séance 'pour se faire connaître' ne passe jamais à 1 500 DHS. Ses clients l'ont enfermé dans une case. Et lui, par peur de les perdre, reste coincé. Des années.

Commence au prix que tu veux atteindre. Construis l'offre qui justifie ce prix. Dans cet ordre.

M5 Mon offre est bonne — c'est le marché qui ne comprend pas

"Les gens ne comprennent pas ce que je fais. Mon offre est trop en avance sur son temps."

▫ Coût réel	▫ Ce qui change	☑ Modèle de remplacement
Invisible sur le marché. Zéro traction. Frustration qui monte. Abandon éventuel.	Le marché a toujours raison. Reformule jusqu'à ce qu'un enfant de 12 ans comprenne ce que tu vends.	Si le marché ne comprend pas, le problème est le message — pas le marché.

Hormozi le dit sans filtre :

Le marché ne se trompe jamais. Si personne n'achète, ce n'est pas qu'ils ne méritent pas ton offre. C'est que ton offre ne parle pas à leurs désirs réels. Arrête de blâmer le marché. Écoute-le.

▫ Étude de Cas #1 — Le coach qui facturait 500 DHS/séance

Samira, coach certifiée en développement personnel, facturait 500 DHS par séance. 12 clients actifs. Elle travaillait 5 jours sur 7 — et gagnait 6 000 DHS par mois. Épuisée. Sans visibilité sur le mois suivant.

Le diagnostic : elle avait le modèle M1 + M2 + M3 simultanément. Elle croyait que son marché ne pouvait pas payer plus, qu'elle vendait du personnalisé non packageable, et qu'être accessible était une vertu.

Ce qu'on a fait : construction d'une offre packagée sur 90 jours, avec un nom, des étapes, un résultat promis précis. Prix repositionné à 3 500 DHS pour le programme complet.

Le résultat : En 6 semaines — 4 clients signés au nouveau prix. Revenu mensuel : 14 000 DHS. Nombre de séances : divisé par 3.

★ POINT CLÉ™ — Test rapide — Lesquels te parlent ?

M1 — Tu hésites à augmenter tes prix parce que tu penses à tes clients actuels.
M2 — Tu ne sais pas comment présenter ton offre en une phrase claire.
M3 — Tu as des clients qui négocient et tu cèdes plus souvent qu'à ton tour.
M4 — Tu as commencé bas et tu n'arrives pas à monter sans perdre tes clients.
M5 — Tu changes de message régulièrement parce que rien ne prend vraiment.

Diagnostic Éclair ISD™

Ces modèles mentaux ne sont que la couche visible. Le vrai stoppeur — celui qui bloque ta croissance en profondeur — est souvent ailleurs. Le Diagnostic Éclair ISD™ l'identifie en 5 minutes.

→ Fais le Diagnostic Éclair ISD™ maintenant : Clique ici

02

L'Équation de Valeur™.

Pourquoi quelqu'un achète-t-il ?

Pas parce que ton offre est bonne. Pas parce que tu es compétent. Pas parce qu'il te fait confiance.

Il achète parce que la valeur perçue dépasse largement le prix demandé.

Et la valeur perçue est une équation. Elle a des variables. Et chaque variable est actionnable.

$$\text{VALEUR PERÇUE} = \frac{(\text{Résultat Rêvé} \times \text{Probabilité Perçue})}{(\text{Délai} \times \text{Effort \& Sacrifice})}$$

Augmente le numérateur. Réduis le dénominateur. La valeur perçue explose.

Les 4 leviers — ce que tu peux changer dès aujourd'hui.

L1 **Résultat Rêvé** — *Vends la destination, pas le voyage*

Ton client ne veut pas de ton coaching. Il veut ce que le coaching va lui apporter — la liberté, la reconnaissance, la sérénité, l'argent. Parle de ça. Pas de ta méthode.

Exercice : *Complète cette phrase pour ton offre : 'Mon client passe de [situation actuelle douloureuse] à [situation désirée précise] en [délai].'. Si tu ne peux pas la compléter en 30 secondes — ton offre n'est pas prête.*

L2 **Probabilité Perçue** — *La preuve comme carburant de la confiance*

Même si le résultat est magnifique, si le client ne te croit pas — il n'achète pas. La preuve n'est pas une option. C'est une obligation. Témoignages, résultats chiffrés, études de cas, ton propre parcours.

Exercice : *Liste 3 preuves concrètes que tu peux ajouter à ton offre dès aujourd'hui : un témoignage avec résultat précis, un avant/après chiffré, ou un élément de ton parcours qui démontre ta compétence réelle.*

L3 **Délai** — *Pourquoi 30 jours bat 6 mois à chaque fois*

Les cerveaux humains ne valorisent pas ce qui est loin. Tout résultat promis au-delà de 90 jours subit une décote psychologique massive. Compresse ton offre. Crée des jalons rapides. Donne une victoire à 7 jours.

Exercice : *Identifie le premier résultat visible que ton client peut obtenir dans les 7 premiers jours de ton accompagnement. C'est ce que tu mets en avant — pas la transformation finale à 6 mois.*

L4 **Effort & Sacrifice** — *L'offre qui demande le moins gagne*

À résultat égal, le client choisira toujours l'offre qui lui demande le moins d'effort. Pas par paresse — par intelligence. Ton travail : rendre le chemin aussi simple, guidé et sécurisé que possible.

Exercice : *Regarde ton offre actuelle. Qu'est-ce que tu demandes au client de faire par lui-même ? Chaque élément que tu peux simplifier, automatiser ou prendre en charge — c'est de la valeur perçue qui augmente.*

Diagnostique ton offre actuelle sur les 4 leviers.

Note ton offre de 0 à 10 sur chaque levier. Honnêtement.

Levier	Ta note /10	Ce qui te coûte des ventes
L1 — Résultat Rêvé	___ / 10	*Mon résultat promis est flou ou trop général*
L2 — Probabilité Perçue	___ / 10	*Je n'ai pas assez de preuves visibles dans mon offre*
L3 — Délai	___ / 10	*Je promets un résultat trop loin dans le temps*
L4 — Effort & Sacrifice	___ / 10	*Mon offre demande trop d'efforts au client*

Ton levier le plus faible est ton premier chantier. Pas le dernier.

▫ Étude de Cas #2 — Le formateur qui doublait son taux de closing

Youssef, formateur en management, avait un taux de closing de 18%. Bonne audience LinkedIn, bons retours — mais les gens ne signaient pas.

Diagnostic sur les 4 leviers : L1 = 5/10 (résultat flou), L2 = 4/10 (aucune preuve visible), L3 = 3/10 (transformation promise en 6 mois), L4 = 7/10.

Actions : résultat reformulé en 60 jours, 3 témoignages ajoutés avec résultats chiffrés, premier jalon visible à J+7 mis en avant dans le pitch.

Résultat : Taux de closing passé de 18% à 44% en 3 semaines. Même audience. Même offre. Message transformé.

⏱MINUTE MARKETING™ #1 *— Ce que je fais avec mes clients Sprint*

Quand j'accompagne un nouveau client en Sprint, la première chose qu'on construit ensemble c'est l'Équation de Valeur de son offre actuelle. On la note sur les 4 leviers. En moyenne, le score total est 18/40. L1 et L2 sont systématiquement les plus faibles.

Résultat : Après reconstruction — en moyenne 3 semaines de travail — le score monte à 32/40. Et le taux de closing suit exactement la même courbe.

Ce que tu peux transposer : Note ton offre sur les 4 leviers maintenant. Pas demain. Maintenant. Identifie ton levier le plus faible. C'est là que ton chiffre d'affaires se joue.

03

Les 3 Niches à Cash.

Tous les sujets ne se vendent pas à égalité.

Il y a des niches où tu peux travailler dur toute ta vie et ne jamais vraiment percer. Et il y a 3 niches où la demande est structurelle, urgente, et ne s'arrêtera jamais.

Ces 3 niches touchent aux désirs les plus profonds de l'être humain. Ils sont biologiques. Universels. Intemporels.

L'ARGENT	LES RELATIONS	LA SANTÉ
Pourquoi c'est en or : L'argent touche à la survie, à la dignité, à la liberté. La douleur de ne pas en avoir assez est constante. L'urgence d'en gagner plus est universelle — peu importe l'âge ou le secteur.	**Pourquoi c'est en or :** Les relations conditionnent le bonheur, la santé mentale et les performances professionnelles. Couple, famille, communication, confiance — chaque humain cherche à améliorer ces liens.	**Pourquoi c'est en or :** Sans santé, rien ne fonctionne. Énergie, poids, performance physique, bien-être mental — personne ne renonce à sa santé. C'est une priorité absolue à tout âge.
Sous-niches porteuses : *Business coaching · Indépendance financière · Productivité · Vente & Closing · Création d'entreprise · Gestion financière PME · Pricing et rentabilité*	**Sous-niches porteuses :** *Coaching de couple · Confiance en soi · Communication assertive · Leadership · Parentalité consciente · Relations professionnelles · Gestion des conflits*	**Sous-niches porteuses :** *Perte de poids · Performance sportive · Gestion du stress · Sommeil · Nutrition · Récupération · Énergie et vitalité · Santé hormonale*

La règle des intersections — ton avantage concurrentiel naturel.

Les meilleures offres ne se positionnent pas dans une seule niche. Elles se positionnent à l'intersection de deux — là où la demande est forte et la concurrence plus faible.

Coach Business	∩	Coach Sportif	∩	Coach de Vie	∩	Consultant PME
Argent + Relations		*Santé + Argent*		*Relations + Santé*		*Argent + Relations*

Plus l'intersection est claire dans ton message — plus ton offre se vend facilement.

Parce que tu parles à deux douleurs simultanément. Et les gens qui ressentent les deux — et ils sont nombreux — ont l'impression que tu lis exactement dans leurs pensées.

▫ Exercice — Identifie ta niche à Cash en 10 minutes

Étape 1 : Dans quelle niche principale se situe ton expertise ? (Argent / Relations / Santé)

Étape 2 : Y a-t-il une deuxième niche naturellement liée à ce que tu fais ? Laquelle ?

Étape 3 : Complète : 'J'aide [profil ICP] à [résultat niche 1] en utilisant [méthode liée à niche 2].'

Étape 4 : Montre cette phrase à 3 personnes de ton ICP. Si elles disent 'c'est exactement moi' — tu as trouvé.

▫ Étude de Cas #3 — Le consultant qui élargissait trop

Khalid, consultant digital, accompagnait 'les entreprises qui veulent se développer en ligne'. Niche trop large. Message dilué. Pipeline de prospects faible malgré 3 ans de présence sur LinkedIn.

Recentrage : intersection Argent (croissance CA) + Relations (acquisition clients B2B). Nouveau positionnement : 'J'aide les dirigeants PME à générer 50 leads qualifiés par mois via LinkedIn — sans budget pub.'

Résultat : Pipeline de prospects multiplié par 3 en 45 jours. Taux de réponse LinkedIn passé de 4% à 22%.

Les 6 Ingrédients d'une Offre Irrésistible™.

Une offre irrésistible n'est pas un accident.

C'est une construction. Une architecture. Six ingrédients précis qui, réunis dans le bon ordre, créent quelque chose qu'on ne peut pas raisonnablement refuser.

Hormozi l'a prouvé sur des centaines de businesses. Moi je l'ai appliqué sur des dizaines de coachs et consultants marocains. Le résultat est toujours le même : quand les 6 ingrédients sont là — la vente devient évidente.

> *« Empile tellement de valeur que le prix devient absurde. Le client doit se sentir stupide de ne pas acheter. — Directive de l'Architecte de Clarte Rentable sur la construction d'offre »*

#1 Le Résultat Promis — *La destination, pas le voyage*

C'est la fondation. Tout part de là. Ton offre doit promettre un résultat précis, mesurable, et désirable — pas une expérience, pas un processus, pas un accompagnement. Un résultat. Formule : 'Passe de [A] à [B] en [délai].'

Profil	Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Exemple	*De l'anxiété à la clarté de vie en 30 jours*	*Managers autonomes sans micro-management en 60 jours*	*+30% de marge nette sans recruter en 90 jours*

#2 L'Avatar Précis — *Pour qui exactement — le filtre ICP*

Une offre pour tout le monde est une offre pour personne. Plus tu es précis sur qui tu aides — âge, situation, problème, secteur, déclencheur — plus ton message résonne. La précision n'exclut pas. Elle attire les bons.

Profil	Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Exemple	*Femme 30-45 ans, entrepreneur, épuisée malgré le succès apparent*	*Manager intermédiaire PME qui veut être suivi sans être autoritaire*	*Dirigeant PME B2B, CA 3-10M DHS, saturé et incapable de déléguer*

#3 Le Mécanisme Unique — *Comment tu le délivres différemment*

Pourquoi toi plutôt que quelqu'un d'autre ? Ta méthode a un nom. Elle a des étapes. Elle est propriétaire. Même si tu fais la même chose que tes concurrents au fond — la façon dont tu le présentes te différencie. Nomme ta méthode.

Profil	Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Exemple	*Méthode Clarté en 5 Étapes ISD™*	*Protocole Leadership Operationnel 3-3-3™*	*Système Marge Dominante™ en 90 jours*

#4 La Pile de Valeur — *Empile jusqu'à ce que le prix devienne absurde*

Hormozi appelle ça le Grand Slam : liste tout ce que le client reçoit. Chaque bonus, chaque outil, chaque accès, chaque session supplémentaire. Puis calcule la valeur totale. Ton prix doit sembler ridicule face à cette valeur cumulée.

Profil	Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Exemple	*4 sessions + workbook + groupe privé + accès WhatsApp + bonus*	*8 modules + exercices + sessions live + kit templates + suivi*	*Diagnostic + rapport + plan 90J + sessions hebdo + hotline*

#5 Le Risk Reversal — *La garantie qui élimine la peur*

La principale objection à l'achat n'est pas le prix — c'est la peur de prendre un mauvais risque. Une garantie forte renverse ce risque sur toi. Elle dit : 'Je suis tellement sûr de mes résultats que c'est moi qui prends le risque, pas toi.'

Profil	Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Exemple	*Si pas de clarté en 30 jours, on continue gratuitement*	*Si les managers ne progressent pas, session bonus offerte*	*Si pas de gain de marge en 90 jours, remboursement partiel*

#6 Le Nom Magnétique — *La formule Cible + Résultat + Délai + Système*

Le nom de ton offre est le premier élément de vente. Un bon nom se comprend immédiatement, crée de la curiosité, et dit déjà ce que le client va obtenir. Formule : [Adjectif fort] + [Résultat] + [Pour qui] + [En combien de temps].

Profil	Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Exemple	*Sprint Clarté 30J pour Femmes Ambitieuses™*	*Protocole Manager Autonome 60 Jours™*	*Cash Machine PME 90 Jours — Garanti™*

▫ Étude de Cas #4 — La coach de vie qui signait 8 clients en 3 semaines

Nadia, coach de vie, accompagnait 'les personnes qui veulent se sentir mieux'. Aucun ingrédient des 6 n'était présent. Résultat : 2 clients après 4 mois d'activité.

Reconstruction en 2h avec les 6 ingrédients : résultat précis (retrouver clarté et direction en 30 jours), avatar (femmes entrepreneures 35-50 ans épuisées), mécanisme (Méthode Cap-Boussole™), pile de valeur (8 sessions + journal + groupe + accès WhatsApp), garantie (satisfaction ou session bonus), nom (Sprint Direction 30J™).

Résultat : 8 clients signés en 3 semaines. Prix multiplié par 4 par rapport à ses anciennes séances à la pièce.

Diagnostic Éclair ISD™

Tu viens de passer en revue les 6 ingrédients. Combien sont présents dans ton offre actuelle ? Le Diagnostic Éclair ISD™ identifie exactement lequel manque et bloque ta conversion.

→ Fais le Diagnostic Éclair ISD™ maintenant : **Clique ici**

⏱MINUTE MARKETING™ #2 *— Ce que je fais avec mes clients Sprint*

Avec chaque client Sprint, on construit les 6 ingrédients dans cet ordre exact. Le plus difficile est toujours l'ingrédient 3 — le mécanisme unique. Les coachs ont du mal à nommer ce qu'ils font parce qu'ils pensent que c'est 'juste de l'accompagnement'. Ce n'est jamais juste de l'accompagnement.

Résultat : Le jour où un client nomme sa méthode et l'explique en 30 secondes, quelque chose change dans sa posture. La vente devient différente. Il ne propose plus. Il présente un système.

Ce que tu peux transposer : Aujourd'hui : donne un nom à ta méthode. Pas demain. Maintenant. Prends une feuille. Écris les étapes de ton accompagnement. Trouve le fil conducteur. Nomme-le.

Les 5 Leviers ISD™ × L'Offre.

Voici ce que personne ne te dit.

Ton offre n'impacte pas seulement ton taux de vente. Elle impacte les 5 leviers de croissance de ton business simultanément — les leads que tu attires, ta capacité à convertir, la fidélité de tes clients, et ta marge réelle.

Une offre mal construite est un frein à chaque niveau. Une offre irrésistible est un accélérateur à chaque niveau.

LEVIER 0 — MODÈLES MENTAUX — L'offre comme miroir du fondateur

✗ Offre mal construite	☑ Offre irrésistible
Offre floue = fondateur qui doute. Les prospects le sentent avant même l'appel. Ton niveau de confiance dans ton offre se lit dans chaque mot que tu écris. **Conviction faible → objections constantes → réductions accordées**	Offre cristalline = fondateur ancré. La certitude se transmet. L'achat devient naturel. **Conviction forte → prospect qui dit oui avant même le pitch complet**

Impact chiffré : La clarté de l'offre augmente la certitude du fondateur de 40% en moyenne — ce qui se traduit directement dans la qualité des échanges.

Cas terrain : *Un consultant qui ne savait pas expliquer son offre en moins de 60 secondes. Après reconstruction, il a signé 2 clients en 5 jours — sans changer de cible ni de canal.*

LEVIER 1 — LEADS / ACQUISITION — L'offre attire ou repousse

✗ Offre mal construite	☑ Offre irrésistible
Offre générique : tes posts parlent à tout le monde, touchent personne. Les leads arrivent, mais ils ne correspondent pas. Tu passes des heures en RDV non qualifiés. **3 leads/semaine — 90% non qualifiés — 80% du temps perdu**	Offre précise : ton message parle directement à la douleur exacte de ton ICP. Les bons leads se reconnaissent et viennent vers toi. **6 leads/semaine — 70% qualifiés — 3x moins de temps perdu**

Impact chiffré : Si ton offre attire 3 leads qualifiés de plus par semaine, c'est 12 par mois, 144 par an. Avec un taux de closing de 30%, c'est 43 clients supplémentaires par an.

Cas terrain : *Formateur LinkedIn : passage de 2 leads qualifiés/semaine à 7 en 3 semaines — simplement en reformulant son offre dans son profil.*

LEVIER 2 — CONVERSION / VENTE — L'offre comme premier vendeur

✗ Offre mal construite	☑ Offre irrésistible
Offre floue : tu dois tout expliquer sur l'appel. La vente dépend de ta performance orale ce jour-là. Taux de closing instable. **Taux de closing : 15-20% — vente dépendante de l'humeur du jour**	Offre irrésistible : le prospect arrive déjà convaincu à 60%. Il a lu ton offre. Il comprend. Il veut juste confirmer. **Taux de closing : 40-55% — même audience, même canal**

Impact chiffré : Doubler son taux de closing de 20% à 40% avec 10 RDV/mois = 2 clients supplémentaires par mois = selon ton prix, entre 7 000 et 30 000 DHS de CA supplémentaire mensuel.

Cas terrain : *Coach business : taux de closing 18% → 44% en 3 semaines. Seul changement : la reformulation de l'offre avant l'appel.*

LEVIER 3 — FRÉQUENCE / FIDÉLISATION — L'offre prépare la prochaine vente

✗ Offre mal construite	☑ Offre irrésistible
Offre sans suite logique : le client termine son accompagnement et part. Tu dois retrouver un nouveau client pour le remplacer. Revenu imprévisible. **LTV client : 1 achat × prix séance — revenu mensuel aléatoire**	Escalier de valeur construit : chaque offre prépare la suivante. Le client progresse naturellement. Il achète plus, plus souvent. **LTV client ×3 à ×5 — revenu mensuel prévisible et croissant**

Impact chiffré : Un coach avec 10 clients actifs qui passe d'un LTV de 2 000 DHS à 8 000 DHS multiplie son CA par 4 sans trouver un seul nouveau client.

Cas terrain : *Coach de vie → restructuration offre en escalier → LTV moyen passé de 1 800 DHS à 9 200 DHS en 6 mois.*

LEVIER 4 — MARGE & TRÉSORERIE — L'offre qui libère du temps

✗ Offre mal construite	☑ Offre irrésistible
Prix horaire ou à la séance : tu vends du temps. Ton revenu a un plafond physiologique. Tu travailles à 100% pour 50% de ce que tu mérites. **10 clients × 500 DHS/séance = 5 000 DHS pour 40h de travail**	Offre packagée à valeur définie : tu vends un résultat. Ton temps est découplé du revenu. Tu travailles moins pour gagner plus. **4 clients × 4 500 DHS = 18 000 DHS pour 20h de travail**

Impact chiffré : Même exemple : Modèle A → 5 000 DHS / 40h = 125 DHS/h. Modèle B → 18 000 DHS / 20h = 900 DHS/h. Multiplication par 7,2 du taux horaire réel.

Cas terrain : *Consultant hourly → offre packagée 90J → CA multiplié par 3, temps de travail divisé par 2. Ratio horaire réel : ×6.*

Tableau de synthèse — Offre actuelle vs Offre reconstruite.

Levier	Offre actuelle	Offre reconstruite	Impact estimé
Modèles Mentaux	Doutes → objections	Certitude → conviction	**Closing +15%**
Leads	3/semaine, 10% qualifiés	6/semaine, 70% qualifiés	**Pipeline ×4**
Conversion	15-20% closing	40-55% closing	**CA ×2 à ×3**
Fréquence	LTV 1 achat	LTV 3-5 achats	**CA/client ×4**
Marge	125 DHS/h réel	900 DHS/h réel	**Taux ×7**

MINUTE MARKETING™ #3 *— Ce que je fais avec mes clients Sprint*

J'ai fait cet exercice avec 47 coachs et consultants depuis 2022. Dans 100% des cas, au moins 3 des 5 leviers étaient directement impactés par la faiblesse de l'offre. Pas par le marché. Pas par la compétition. Par l'offre.

Résultat : Le levier le plus rapidement améliorable est toujours la Conversion. En 3 semaines de travail sur l'offre, le taux de closing augmente en moyenne de 18 points. Sans changer de canal. Sans augmenter le budget pub.

Ce que tu peux transposer : Prends tes chiffres actuels. Remplis la colonne 'offre actuelle' du tableau ci-dessus. Honnêtement. Puis calcule ce que représenterait chaque amélioration en dirhams. C'est ton plan de travail.

Diagnostic Éclair ISD™

Tes 5 leviers ont chacun un stoppeur dominant. Certains viennent de l'offre — d'autres viennent d'ailleurs. Le Diagnostic Éclair ISD™ identifie lequel est votre goulot principal en ce moment.

→ Fais le Diagnostic Éclair ISD™ maintenant : Clique ici

06

Les 4 Types d'Offres à Maîtriser.

La plupart des coachs et consultants ont une seule offre.

Ce n'est pas un problème de paresse. C'est un problème de vision. Ils voient leur business comme une transaction unique alors qu'il devrait être un escalier — où chaque marche prépare la suivante.

Hormozi l'a prouvé sur des centaines de businesses : les entreprises qui ont les 4 types d'offres dans le bon ordre grandissent 8 fois plus vite. La raison est simple.

Chaque type d'offre résout un problème différent dans ton business.

T1 Offre d'Attraction — *Faire entrer*

Rôle	Quand l'utiliser	Comment
Convertir des inconnus en acheteurs. Réduire le risque à zéro pour le prospect. Créer une première transaction.	Tu démarres ou tu veux remplir ton pipeline rapidement. Idéal pour tester une nouvelle audience.	Petit prix, valeur disproportionnée. Le client doit penser : c'est trop beau pour être vrai — mais c'est vrai.

Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Guide 30 jours, diagnostic payant, session découverte 97 DHS	*Masterclass 1h enregistrée, module de formation test*	*Audit flash 497 DHS, rapport de diagnostic express*

L'erreur la plus fréquente sur l'Offre d'Attraction :

La rendre tellement bas de gamme qu'elle dévalue l'expertise. Une offre d'attraction doit livrer une vraie valeur — pas un avant-goût tiède. Le client doit sortir en pensant : si le gratuit ou le peu cher est comme ça, imagine le premium.

T2 Offre Upsell — *Augmenter le panier*

Rôle	Quand l'utiliser	Comment
Faire dépenser plus à quelqu'un qui vient d'acheter. Profiter du pic de confiance post-achat.	Immédiatement après l'Offre d'Attraction — ou dans les 48h qui suivent.	Proposer quelque chose qui complète naturellement ce qu'ils viennent d'acheter. Pas une autre offre — la suite logique.

Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Programme 3 mois après le guide	*Formation avancée après le module test*	*Accompagnement complet après l'audit flash*

La psychologie derrière l'Upsell :

Le moment le plus facile pour vendre quelque chose à quelqu'un — c'est juste après qu'il a acheté. Son cerveau est en mode 'oui'. Il vient de franchir la barrière psychologique de l'achat. Le frein est levé. Profite-en.

La règle : l'upsell doit être complémentaire, pas redondant. S'il vient d'acheter un plan nutrition — propose un programme d'entraînement, pas un deuxième plan nutrition.

T3 Offre Downsell — *Récupérer les non*

Rôle	Quand l'utiliser	Comment
Convertir ceux qui ont dit non à l'upsell. Ne laisser partir aucun prospect sans lui proposer quelque chose.	Quand quelqu'un décline ton offre principale. Toujours. Sans exception.	Proposer une version plus accessible : paiement fractionné, version réduite, accès partiel.

Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Session unique 590 DHS au lieu du programme 3 mois	*1 module à la carte au lieu de la formation complète*	*Rapport seul sans accompagnement*

La philosophie du Downsell :

La plupart des coachs laissent partir le prospect en pensant qu'il 'n'est pas prêt'. C'est une erreur. Quelqu'un qui dit non à ton offre principale a quand même un problème. Il a juste une contrainte — de budget, de temps, ou de confiance.

Un client à moindre prix aujourd'hui est un client premium dans 6 mois. Ne ferme jamais une porte.

T4 Offre de Continuité — *Créer la récurrence*

Rôle	Quand l'utiliser	Comment
Garder les clients qui ont terminé leur accompagnement. Créer un revenu mensuel prévisible.	À la fin de chaque programme — avant que le client parte. C'est le moment où il est le plus satisfait.	Abonnement mensuel, club d'alumni, suivi continu, accès groupe. Prix abordable. Valeur constante.

Coach de vie / Business	Formateur	Consultant PME
Club mensuel accès contenu + groupe 297 DHS/mois	*Abonnement live mensuel + ressources 197 DHS/mois*	*Retainer mensuel suivi KPI + hotline 1 500 DHS/mois*

Pourquoi la Continuité change tout :

Sans offre de continuité, ton revenu repart à zéro chaque mois. Tu passes ton temps à chercher de nouveaux clients pour remplacer ceux qui partent. C'est épuisant. Et inutile.

Avec une offre de continuité à 10 clients — même à 300 DHS par mois — tu as 3 000 DHS de revenus garantis chaque 1er du mois avant même d'avoir fait quoi que ce soit. C'est le socle. C'est la sécurité.

Ton escalier de valeur — la vision complète.

Chaque offre finance l'acquisition de la suivante. Le client monte naturellement. Ton revenu devient prévisible et croissant.

T1 — Attraction → T2 — Upsell → T3 — Downsell (si refus) → T4 — Continuité

Coach : Guide 147 DHS → Programme 90J → Session unique → Club mensuel 297 DHS

Formateur : Masterclass 197 DHS → Formation complète → 1 module → Abonnement live

Consultant : Audit flash 497 DHS → Accompagnement 90J → Rapport seul → Retainer mensuel

▫ Exercice — Dessine ton escalier de valeur actuel

T1 Attraction : Quelle est ton offre d'entrée ? Existe-t-elle ? À quel prix ?

T2 Upsell : Que proposes-tu immédiatement après ? As-tu un script de proposition ?

T3 Downsell : Que se passe-t-il quand quelqu'un dit non ? Tu le laisses partir ?

T4 Continuité : Qu'offres-tu à la fin d'un programme pour garder le lien et le revenu ?

Diagnostic : Combien de cases sont vides ? Chaque case vide est du CA perdu chaque mois.

▫ Étude de Cas #5 — Le coach sportif et son escalier de valeur

Amine, coach sportif, vendait uniquement des séances à 250 DHS. Revenu mensuel aléatoire — entre 3 000 et 6 000 DHS selon les mois. Impossible à prévoir. Impossible à scaler.

Construction de l'escalier : T1 — Guide nutrition 97 DHS. T2 — Programme Transformation 12 semaines. T3 — Bilan santé seul si refus programme. T4 — Club suivi mensuel 297 DHS.

Résultat : En 3 mois : revenu mensuel stable à 22 000 DHS. Dont 4 200 DHS récurrents via le club mensuel (14 membres). Plus jamais de mois vide.

07

Workshop Offre™ — 8 Étapes.

Ne lis pas ce chapitre.
Fais-le. Maintenant.
Prends une feuille. Un stylo. Ou ouvre un document vide. Et travaille étape par étape.
Ceux qui lisent ce chapitre sans le faire restent exactement où ils sont.

Ces 8 étapes sont le cœur du système.

Elles viennent du travail de terrain de Hormozi, adapté au profil exact du coach, formateur et consultant. Chaque étape a une logique précise. Ne saute pas d'étape — chacune nourrit la suivante.

Temps estimé : 90 à 120 minutes si tu es focus. C'est le meilleur investissement de ta semaine — et probablement de ton trimestre.

E1

Choisir ta Niche à Cash + ton Avatar

Commence par la fondation. Sans niche précise et avatar clair, tout le reste est construit sur du sable. Reporte-toi au Bloc 03 si tu n'as pas encore complété l'exercice d'identification de ta niche.

À faire : *Écris en 3 lignes : ta niche principale (Argent / Relations / Santé), ton intersection, et ton avatar avec âge + situation + douleur principale.*

Exemple : *Niche : Argent. Intersection : Argent + Relations. Avatar : Dirigeant PME B2B 40-55 ans, CA 3-10M DHS, qui veut croître sans s'épuiser.*

E2

L'Objectif Promis — Mon client veut X sans Y

Cette phrase est la boussole de toute ton offre. Elle dit exactement ce que tu livres ET élimine la principale peur ou contrainte. C'est la promesse centrale — tout le reste vient la soutenir et la prouver.

À faire : *Complète cette phrase : 'Mon client veut [résultat désiré précis] sans [peur ou contrainte principale].' Sois précis. Pas de vague. Pas de généralités.*

Exemple : *Mon client veut doubler son CA sans travailler plus d'heures et sans recruter.*

E3

Lister tous les Obstacles

Sur le chemin entre la situation actuelle et le résultat promis, qu'est-ce qui bloque ton client ? Fais une liste exhaustive. Ne te censure pas. Ne t'arrête pas à 3 ou 4. Chaque obstacle identifié devient un ingrédient de ton offre.

À faire : *Liste minimum 10 obstacles. Pour chaque obstacle : ce que le client pense, ce qu'il ressent, et ce qu'il ne sait pas encore faire.*

Exemple : *Manque de visibilité. Ne sait pas prospecter. Peur du rejet. Offre mal positionnée. Taux de closing faible. Pas de système. Doutes sur sa légitimité.*

E4

Transformer les Obstacles en Promesses

Mets 'Comment' devant chaque obstacle et retourne-le en promesse positive. C'est la magie du framework Hormozi : chaque problème devient un module, une session, un outil. Ta liste de problèmes devient la structure de ton offre.

À faire : *Pour chaque obstacle : 'Comment [éliminer cet obstacle] pour [ton avatar].' Tu as maintenant la structure de ton accompagnement.*

Exemple : *Comment prospecter sans stress sur LinkedIn. Comment créer une offre que les clients ne refusent pas. Comment doubler son taux de closing en 30 jours.*

E5

Lister les Solutions — Éliminer, Réduire, Simplifier

Pour chaque promesse, liste toutes les façons possibles de la délivrer. Puis applique le filtre en 3 passes : éliminer ce qui apporte peu de valeur, réduire le coût de ce qui est trop lourd à délivrer, combiner ce qui peut l'être sans perte de valeur.

À faire : *3 questions par solution : Apporte-t-elle une valeur élevée ? Puis-je la délivrer à coût faible ? Puis-je la combiner avec autre chose sans perdre en qualité ?*

Exemple : *Garder : sessions en groupe (valeur haute, coût faible). Éliminer : coaching individuel illimité (trop chronophage). Combiner : workbook + replay sessions.*

E6

Rareté + Urgence

Sans raison d'agir maintenant, les prospects remettent à plus tard. Et plus tard devient jamais. Crée une contrainte réelle et crédible. Attention : une fausse rareté détruit la confiance. Sois honnête sur tes contraintes réelles.

À faire : *Rareté : Combien de clients peux-tu accompagner simultanément sans perdre en qualité ? C'est ta vraie limite. Urgence : Y a-t-il une date de lancement, un prix promotionnel limité, ou une fenêtre de démarrage ?*

Exemple : *Places limitées à 6 clients par cohorte pour maintenir la qualité du suivi individuel. Prochain démarrage dans 12 jours.*

E7

La Garantie — Les 4 Types

La garantie est l'élément le plus sous-utilisé dans les offres de coachs et consultants. Elle dit : je suis tellement certain de mes résultats que je prends le risque à ta place. Hormozi dit que doubler sa garantie peut multiplier ses conversions par 2 à 4.

À faire : *Type 1 Inconditionnelle (30 jours satisfait ou remboursé). Type 2 Conditionnelle (si tu fais X, tu obtiens Y sinon je fais Z). Type 3 Anti-garantie (explique pourquoi toutes les ventes sont finales). Type 4 Implicite (paye sur résultats).*

Exemple : *Garantie conditionnelle : Si tu complètes les 8 sessions et appliques le plan d'action sans obtenir de résultat mesurable en 30 jours, on continue gratuitement jusqu'au résultat.*

E8

Nommer l'Offre — La Formule Magnétique

Le nom de ton offre est ton premier commercial. Il travaille avant toi — dans tes posts, dans les recommandations, dans les conversations. Un bon nom se comprend en 5 secondes, crée de la curiosité et dit déjà ce que le client va obtenir.

À faire : *Formule : [Adjectif fort : Sprint, Accélérateur, Masterplan, Protocole] + [Résultat principal] + [Pour qui optionnel] + [Durée] + [™ ou Garanti]*

Exemple : *Sprint CA Doublé PME 90 Jours. Accélérateur Clients Coachs 30J. Protocole Manager Autonome 60 Jours™.*

▫ Étude de Cas #6 — Le consultant qui construisait son offre en 2h

Karim, consultant opérationnel B2B, n'avait pas d'offre structurée. Il proposait 'un accompagnement sur-mesure' — ce qui voulait dire quelque chose de différent pour chaque prospect. Résultat : cycles de vente longs, négociations constantes, clients déçus car les attentes n'étaient jamais alignées.

On a appliqué les 8 étapes en 2h15. Résultat final : niche Argent + Relations, avatar dirigeant PME services, objectif 'doubler son pipeline commercial sans recruter', 12 obstacles identifiés, 8 promesses formulées, 6 solutions retenues, garantie conditionnelle 90J, nom : Sprint Pipeline Dominant PME 90J.

Résultat terrain : 3 clients signés dans les 10 jours suivants — à prix triplé par rapport à ses anciens contrats au temps passé.

Diagnostic Éclair ISD™

Tu viens de construire les fondations de ton offre. Avant de la lancer, identifie le stoppeur dominant qui pourrait bloquer sa réception sur le marché. Le Diagnostic Éclair ISD™ confirme si l'offre est ton vrai goulot ou si un autre levier freine en ce moment.

→ Fais le Diagnostic Éclair ISD™ maintenant : **Clique ici**

08

5 Offres Irrésistibles Complètes.

Tu as les outils. Tu as la méthode. Tu as les étapes.

Ce chapitre te montre à quoi ressemblent ces outils appliqués — 5 offres complètes construites sur les 6 ingrédients, pour 5 profils différents. Lis celle qui ressemble le plus au tien. Puis adapte.

Ne copie pas. Transpose. Ton avatar est différent. Ta méthode est différente. Ton marché est différent.

Offre #1 — Coach de Vie / Business	
Nom de l'offre	Sprint Clarté & Direction 30J — Pour Femmes Entrepreneures™
Avatar précis	Femme 30-45 ans, entrepreneur ou cadre, qui réussit en apparence mais se sent épuisée, perdue, déconnectée de ses vraies priorités. Elle a de l'ambition — mais plus de direction claire.
Résultat promis	Passer de l'anxiété et la confusion à une vision claire de ta vie et un plan d'action concret en 30 jours — sans tout sacrifier et sans recommencer à zéro.
Mécanisme unique	Méthode Cap-Boussole ISD™ en 5 étapes : Diagnostic psycho-énergétique, identification des blocages fondateurs, reconstruction de la vision, plan d'action 30J, ancrage des habitudes.
Pile de valeur	8 sessions individuelles 60min + Journal de transformation PDF + Accès groupe privé + Support WhatsApp 30J + Bonus Masterclass Gestion des Énergies (valeur 490 DHS).
Garantie	Si pas de clarté mesurable et actionnable en 30 jours, poursuite gratuite jusqu'au résultat. Garanti par écrit.

Pourquoi cette offre convertit — analyse des 6 ingrédients :

✓**Résultat précis et mesurable** — le client sait exactement ce qu'il obtient et quand.

✓**Avatar filtrant** — seuls les profils correspondants se reconnaissent. Les mauvais clients se déqualifient eux-mêmes.

✓**Mécanisme nommé** — la méthode est propriétaire. Elle est perçue comme unique. La comparaison avec des concurrents devient difficile.

✓**Pile de valeur empilée** — la valeur cumulée dépasse largement le prix demandé. L'achat devient évident.

✓**Garantie engagée** — le risque est inversé. Le client se demande pourquoi il hésiterait.

Offre #2 — Formateur Management

Nom de l'offre	Protocole Manager Autonome 60 Jours™
Avatar précis	Manager intermédiaire 35-50 ans en PME marocaine, qui veut être suivi par son équipe sans être autoritaire — et qui en a assez de tout porter seul sans jamais avoir de vrais relais.
Résultat promis	Avoir une équipe qui prend des initiatives, respecte les deadlines et travaille sans micro-management constant en 60 jours — résultat mesuré sur 3 indicateurs précis.
Mécanisme unique	Système Leadership 3-3-3™ : 3 compétences de communication, 3 outils de délégation, 3 rituels de pilotage. Reproductible, enseignable, adaptable à tout secteur.
Pile de valeur	8 modules vidéo + 4 sessions live Q&A + Kit templates délégation et feedback + Workbook PDF + Accès alumni 6 mois + Bonus Masterclass Gestion des Conflits.
Garantie	Si les managers formés ne montrent pas de progression mesurable en 60 jours, session de coaching individuel offerte sans limite de durée.

Pourquoi cette offre convertit — analyse des 6 ingrédients :

✓**Résultat précis et mesurable** — le client sait exactement ce qu'il obtient et quand.

✓**Avatar filtrant** — seuls les profils correspondants se reconnaissent. Les mauvais clients se déqualifient eux-mêmes.

✓**Mécanisme nommé** — la méthode est propriétaire. Elle est perçue comme unique. La comparaison avec des concurrents devient difficile.

✓**Pile de valeur empilée** — la valeur cumulée dépasse largement le prix demandé. L'achat devient évident.

✓**Garantie engagée** — le risque est inversé. Le client se demande pourquoi il hésiterait.

Offre #3 — Consultant PME

Nom de l'offre	Cash Machine PME 90 Jours™
Avatar précis	Dirigeant PME B2B, CA 3-10M DHS, secteur services ou commerce, qui travaille trop pour des marges qui fondent et qui veut retrouver de la traction sans recruter de personnel supplémentaire.
Résultat promis	Identifier et éliminer le stoppeur dominant qui bride ta croissance, et mettre en place le système qui génère +20 à +40% de CA dans les 90 jours — chiffre mesuré sur factures réelles.

Mécanisme unique	Méthodologie ISD™ en 3 phases : Diagnostic Séquence Dominante (semaines 1-2), Déploiement système (semaines 3-10), Pilotage et autonomie (semaines 11-13).
Pile de valeur	13 sessions hebdomadaires + Rapport diagnostic complet + Tableau de bord KPI + Scripts et templates métier + Accès hotline urgence + Bonus Formation Closing Dominant.
Garantie	Si l'objectif de croissance n'est pas atteint à 80% à la fin du programme, 2 semaines supplémentaires offertes sans conditions.

Pourquoi cette offre convertit — analyse des 6 ingrédients :

✓**Résultat précis et mesurable** — le client sait exactement ce qu'il obtient et quand.

✓**Avatar filtrant** — seuls les profils correspondants se reconnaissent. Les mauvais clients se déqualifient eux-mêmes.

✓**Mécanisme nommé** — la méthode est propriétaire. Elle est perçue comme unique. La comparaison avec des concurrents devient difficile.

✓**Pile de valeur empilée** — la valeur cumulée dépasse largement le prix demandé. L'achat devient évident.

✓**Garantie engagée** — le risque est inversé. Le client se demande pourquoi il hésiterait.

Offre #4 — Coach Sportif

Nom de l'offre	Transformation Physique Élite 12 Semaines™
Avatar précis	Homme ou femme 25-45 ans, actif professionnellement, qui veut perdre 8 à 15 kg et reprendre le contrôle de son corps — sans régime draconien ni salle de sport quotidienne.
Résultat promis	Perdre au minimum 8 kg de masse grasse, gagner en énergie et en confiance, et établir des habitudes durables en 12 semaines — résultat mesuré sur balance et photos avant/après.
Mécanisme unique	Protocole Triple A™ : Alimentation adaptée (plan personnalisé), Activation métabolique (3 sessions/semaine), Ancrage mental (suivi hebdomadaire des habitudes et de la progression).
Pile de valeur	Plan nutrition personnalisé + 12 programmes d'entraînement + Suivi hebdomadaire vidéo + Accès application de suivi + Groupe support + Bonus Guide Suppléments.
Garantie	Si pas de perte de 8 kg minimum en 12 semaines en suivant le protocole, remboursement intégral de la dernière mensualité — sans question.

Pourquoi cette offre convertit — analyse des 6 ingrédients :

✓**Résultat précis et mesurable** — le client sait exactement ce qu'il obtient et quand.

✓**Avatar filtrant** — seuls les profils correspondants se reconnaissent. Les mauvais clients se déqualifient eux-mêmes.

✓**Mécanisme nommé** — la méthode est propriétaire. Elle est perçue comme unique. La comparaison avec des concurrents devient difficile.

✓**Pile de valeur empilée** — la valeur cumulée dépasse largement le prix demandé. L'achat devient évident.

✓**Garantie engagée** — le risque est inversé. Le client se demande pourquoi il hésiterait.

Offre #5 — Consultant Digital

Nom de l'offre	Visibilité Dominante LinkedIn 60 Jours™
Avatar précis	Coach, formateur ou consultant indépendant avec moins de 1 000 abonnés LinkedIn, qui veut générer 20 à 50 leads qualifiés par mois sans budget pub ni stratégie complexe.
Résultat promis	Passer de l'invisibilité à une présence LinkedIn qui génère des demandes de RDV qualifiés chaque semaine — en 60 jours de travail organique et systématique.
Mécanisme unique	Système PACE LinkedIn™ : Positionnement (profil magnétique), Audience (ICP ciblage et connexions), Contenu (posting systémique), Engagement (conversion DM).
Pile de valeur	Audit profil complet + Stratégie de contenu 60J + 60 templates de posts adaptés à ta niche + Script DM conversion + 4 sessions coaching + Feedback sur 8 posts réels.
Garantie	Si pas de 10 RDV qualifiés en 60 jours en appliquant le système, session bonus mensuelle offerte jusqu'au résultat.

Pourquoi cette offre convertit — analyse des 6 ingrédients :

✓**Résultat précis et mesurable** — le client sait exactement ce qu'il obtient et quand.

✓**Avatar filtrant** — seuls les profils correspondants se reconnaissent. Les mauvais clients se déqualifient eux-mêmes.

✓**Mécanisme nommé** — la méthode est propriétaire. Elle est perçue comme unique. La comparaison avec des concurrents devient difficile.

✓**Pile de valeur empilée** — la valeur cumulée dépasse largement le prix demandé. L'achat devient évident.

✓**Garantie engagée** — le risque est inversé. Le client se demande pourquoi il hésiterait.

⏱MINUTE MARKETING™ #4 *— Ce que je fais avec mes clients Sprint*

Quand je présente ce type d'offres à mes clients, la première réaction est souvent la même : 'Ça paraît trop bien, les gens ne vont pas croire que c'est possible.' C'est exactement le point. Une offre irrésistible doit créer ce sentiment.

Résultat : Aucune de ces offres n'est impossible à délivrer. Elles sont toutes basées sur des résultats que j'ai vus obtenir par des coachs et consultants avec moins d'expérience que toi. La différence : ils avaient clarifié leur promesse.

Ce que tu peux transposer : Prends l'offre qui ressemble le plus à ton profil. Change les détails pour les adapter à ta réalité. Et présente-la à 3 personnes de ton ICP cette semaine. Observe leurs réactions. Ajuste si nécessaire.

09

Le Pricing qui commande le Respect™.

Arrête de t'excuser pour ton prix.

Chaque fois que tu baisses ton prix sans raison valable, tu envoies un message. Pas au client — à toi-même.

Tu dis : je ne suis pas sûr de valoir ça. Et cette incertitude se transmet. Le prospect la sent. Et il négocie — ou il part.

> *« Ton prix n'est pas une négociation. C'est une déclaration. Elle dit : voici ce que je vaux, voici ce que tu reçois, voici pourquoi c'est évident. — Directive de l'Architecte de Clarté Rentable™ sur le Pricing »*

Le prix est ton premier outil de communication.

Avant que ton prospect lise une seule ligne de ton offre, le prix lui envoie un signal. Un prix bas signale une valeur basse. Un prix premium signale une expertise premium. Ce n'est pas une opinion — c'est de la psychologie comportementale documentée.

Prix bas	Prix moyen	Prix premium
Attire les chasseurs de promo. Clients qui négocient, annulent, comparent. Ton énergie s'épuise pour des revenus insuffisants.	Zone de confort illusoire. Clients corrects mais revenu plafonné. Croissance impossible sans augmenter le volume.	Attire les décideurs sérieux. Clients engagés, qui appliquent, obtiennent des résultats et te recommandent activement.

La méthode de calcul — ton vrai prix.

Hormozi l'explique simplement : calcule ce que vaut le résultat pour ton client. Puis fixe ton prix à 10-20% de cette valeur. Si le résultat vaut 100 000 DHS — ton prix à 10 000 DHS est une évidence.

C'est contre-intuitif. La majorité des coachs fait l'inverse : ils partent de leur coût de vie, ajoutent une marge, et obtiennent un prix. C'est la mauvaise direction. Pars du résultat client.

Profil	Valeur du résultat pour le client	Prix justifié (10-20%)
Coach de vie / business	*+30 000 DHS/an de revenus ou économies*	**3 000 - 6 000 DHS**
Coach sportif	*Santé, énergie, confiance — valeur vie réelle*	**2 500 - 5 000 DHS**
Formateur management	*+15% productivité équipe sur 1 an*	**5 000 - 15 000 DHS**
Consultant PME	*+20-40% CA sur 12 mois*	**10 000 - 40 000 DHS**
Consultant digital	*50 leads/mois × taux closing × LTV client*	**5 000 - 20 000 DHS**

Les 3 erreurs de pricing les plus fréquentes.

Erreur 1 — Pricer à l'heure

Tu vends du temps. Or, les clients n'achètent pas des heures. Ils achètent des résultats. Quand tu factures à l'heure, tu places un plafond artificiel sur ton revenu — et tu te positionnes comme un prestataire, pas comme un expert reconnu.

☑ **Solution :** Construis une offre packagée avec un résultat promis. Prix le résultat, pas le temps. Ton revenu n'a plus de plafond.

Erreur 2 — Comparer avec les concurrents

Tu regardes ce que facture le coach d'à côté et tu t'alignes. C'est la pire référence possible. Ses prix reflètent ses croyances limitantes — pas la valeur réelle que tu apportes à tes clients.

☑ **Solution :** Calcule la valeur du résultat pour TES clients. C'est ta seule boussole. Les prix des concurrents ne te concernent pas.

Erreur 3 — Réduire au premier 'c'est trop cher'

La première objection sur le prix n'est presque jamais une vraie objection sur le prix. C'est une demande de justification de la valeur. Et quand tu réduis — tu confirmes que ton prix n'était pas justifié.

☑ **Solution :** Maintiens le prix. Renforce la valeur. Utilise les 3 scripts ci-dessous.

3 scripts pour répondre à 'c'est trop cher'.

Ces scripts ont été testés et validés en situation réelle. Ne les lis pas — mémorise-les.

S1	*Trop cher par rapport à quoi exactement ?*

	(Pause. Laisse-le répondre. La plupart du temps, il ne sait pas — il teste juste ta réaction. Quand tu ne cèdes pas, il reprend la conversation différemment.)
S2	*Je comprends. Dis-moi — si je te garantissais [résultat précis] en [délai] — est-ce que le prix serait encore un problème ?* *(S'il dit non : renforce la garantie. S'il dit oui : identifie la vraie objection. Ce n'est pas le prix.)*
S3	*Ce n'est pas une dépense. C'est un investissement. Si ce programme te permet de gagner [X] de plus par mois — en combien de mois il est remboursé ?* *(Laisse-le calculer. Le silence fait le travail.)*

▫ Étude de Cas #7 — Le coach qui passait de 300 DHS/h à 4 500 DHS par programme

Rachid, coach bien-être, facturait 300 DHS la séance. 18 clients actifs. Il travaillait 6 jours sur 7 pour 5 400 DHS par mois.

Travail fait : construction d'un programme 8 semaines avec les 6 ingrédients. Calcul de la valeur : ses clients gagnaient en moyenne 2 000 DHS de productivité supplémentaire par mois. Prix fixé à 4 500 DHS pour le programme complet.

Il avait peur d'annoncer ce nouveau prix. Première annonce : 2 signés immédiatement. En un mois, 4 clients à 4 500 DHS = 18 000 DHS. Avec la moitié moins de séances.

La leçon : Ce n'était pas le marché qui n'était pas prêt. C'était lui qui ne se croyait pas capable de valoir ce prix.

Diagnostic Éclair ISD™

Ton pricing est souvent le symptôme d'un problème plus profond — une croyance, un positionnement flou, ou un manque de clarté sur ta valeur réelle. Le Diagnostic Éclair ISD™ identifie ce qui t'empêche de facturer à ta juste valeur.

→ Fais le Diagnostic Éclair ISD™ maintenant : **Clique ici**

10

Pont, Révélateur Final et Conclusion.

Tu tiens maintenant le système complet.

Pas une stratégie de plus. Pas un conseil théorique. Un système — avec des étapes, des outils, des exemples réels et des résultats chiffrés.

Bloc 01	✓ 5 modèles mentaux identifiés, coût calculé, modèle de remplacement en main.
Bloc 02	✓ L'Équation de Valeur — 4 leviers diagnostiqués et actionnables dès aujourd'hui.
Bloc 03	✓ Ta niche à Cash identifiée et ton intersection définie avec précision.
Bloc 04	✓ 6 ingrédients maîtrisés — ton offre construite sur une fondation solide.
Bloc 05	✓ Impact chiffré de ton offre sur les 5 leviers ISD™ de ton business.
Bloc 06	✓ Escalier de valeur complet — les 4 types d'offres dans le bon ordre.
Bloc 07	✓ Workshop 8 étapes — ton offre construite, nommée, garantie.
Bloc 08	✓ 5 modèles d'offres complets adaptés à ton profil exact.
Bloc 09	✓ Ton prix fixé avec méthode, annoncé avec conviction, défendu avec maîtrise.

Si tu viens du guide Trouver 10-15 Clients en 30 Jours™ :

Tu as maintenant les deux faces du système.

Guide 1 : Comment attirer et trouver des clients qualifiés.

Guide 3 : Comment construire une offre qu'ils ne peuvent pas refuser.

Des clients sans offre irrésistible = du CA manqué. Une offre irrésistible sans clients = de la frustration. Les deux ensemble = la machine.

Le Révélateur Final.

Tu as l'offre. Tu as les clients. Il reste une chose.

Identifier avec précision quel levier freine ta croissance en ce moment exact.

Parce que même avec la meilleure offre du monde — si ton stoppeur dominant est la conversion, ou la fréquence, ou les modèles mentaux — tu continueras à plafonner. L'offre est une pièce du puzzle. Le diagnostic identifie toutes les autres.

Tu viens de construire une offre puissante.

Mais est-ce que c'est vraiment l'offre ton goulot actuel — ou un autre levier te freine en profondeur ?

Le Diagnostic Éclair ISD™ l'identifie en 5 minutes.

→ **Fais-le maintenant :** Diagnostic Éclair ISD™

▫ Bonus inclus — GPT Créateur d'Offre Irrésistible™

Tu as maintenant la théorie. Le GPT te guide étape par étape à travers les 8 étapes du Workshop — en adaptant chaque réponse à ton profil exact, ta niche et ton avatar.

Résultat : ton offre construite en 20 minutes. Pas dans 3 semaines.

Tu veux construire ton offre irrésistible avec moi ?

20 minutes. Gratuit. On identifie ton avatar, ta niche à Cash et les 6 ingrédients de ton offre.

→ **Réserve ton appel : coachsaifeddine.systeme.io/call20min**

Places limitées — accompagnement personnalisé, pas industriel.

Une dernière chose.

Tu as ouvert ce guide parce que quelque chose ne tournait pas rond. Peut-être des clients qui ne signaient pas. Peut-être des prix qu'on négociait tout le temps. Peut-être simplement ce sentiment de ne pas être payé à ta juste valeur.

Ce n'était pas ta faute.

C'était ton offre. Et maintenant tu sais comment la reconstruire.

Mais je veux aller plus loin avec toi.

Parce qu'une offre n'est que le début. Il y a les clients à trouver. La conversion à maîtriser. La récurrence à construire. La marge à optimiser. Et derrière tout ça — il y a toi. Avec tes ambitions. Ta famille. Ta liberté que tu construis jour après jour.

Ton expertise mérite d'être payée à sa juste valeur.

Ta famille mérite la liberté que tu leur as promise.

Et toi — tu mérites de travailler avec des clients qui te respectent, qui appliquent, et qui obtiennent des résultats.

Ce guide t'a donné le système.

La décision de l'appliquer ce soir — c'est toi.

Architecte de Clarté Rentable™ · Système ISD™ · Casablanca, Maroc