

## **CHECKLIST : Valider les étapes d'une Formation qui se Vend sans Compromis**

### **1. Validation du Positionnement**

- Le problème principal de ton audience est clairement identifié.
- Le résultat promis est concret, mesurable et irrésistible.
- La transformation est formulée en une phrase simple et puissante.
- Le public cible est défini (niveau, contexte, frustrations, aspirations).
- Le positionnement se distingue clairement de la concurrence.

---

### **2. Validation du Contenu Pédagogique**

- Le plan de formation suit une progression logique et motivante.
- Chaque module répond à un objectif pédagogique précis.
- Les leçons sont courtes, digestes et orientées action.
- Les exercices, templates ou études de cas renforcent l'apprentissage.
- Le contenu est unique, incarné, basé sur ton expertise réelle.
- La transformation finale est atteignable avec les ressources fournies.

---

### **3. Validation de la Production**

- Les vidéos sont claires, bien structurées, sans longueurs inutiles.
- Le son est propre, sans écho ni bruits parasites.
- Les supports (slides, PDF, fiches) sont cohérents et professionnels.
- Le rythme est dynamique, sans surcharge d'informations.
- Les exemples sont concrets, actuels et adaptés à l'audience.

---

#### **4. Validation de l'Expérience Apprenant**

- L'accès à la formation est simple et fluide.
- L'interface est intuitive (plateforme, navigation, progression).
- Les ressources sont faciles à télécharger ou consulter.
- Un système de suivi ou d'accompagnement est prévu (Q&A, communauté, coaching).
- Les apprenants savent exactement quoi faire à chaque étape.

---

#### **5. Validation de l'Offre Commerciale**

- Le prix est aligné avec la valeur perçue et la transformation.
- Les bonus renforcent l'offre sans la diluer.
- La garantie est claire et rassurante.
- Le pitch de l'offre est structuré (problème → solution → transformation → preuve → offre).
- La promesse est ambitieuse mais réaliste (pas de compromis sur l'éthique).

---

#### **6. Validation du Marketing & Lancement**

- Le message marketing est cohérent avec la transformation promise.
- Les objections principales sont anticipées et traitées.
- Les preuves sociales sont présentes (témoignages, résultats, études de cas).
- Le tunnel de vente est testé (pages, emails, paiements).

- Le plan de lancement est défini (teasing, contenu, lives, ads éventuelles).

---

## **7. Validation de la Preuve & Amélioration Continue**

- Un premier groupe test a validé la qualité du contenu.
- Les retours ont été intégrés pour améliorer la formation.
- Les métriques clés sont suivies (taux de complétion, satisfaction, conversions).
- Une version 2.0 est prévue pour maintenir la formation à jour.

---

## **Conclusion**

**Cette checklist te permet de vérifier sans compromis que ta formation est :**

- ✓ Désirable
- ✓ Transformante
- ✓ Professionnelle
- ✓ Vendable
- ✓ Durable