



Techappy



7

les **7** biais d'influence expliqués pour thérapeutes

Comment les utiliser de manière
éthique



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

INTRODUCTION

Pourquoi les biais d'influence sont **ESSENTIELS** dans ta communication

Tu accompagnes, tu transformes, tu aides.

Mais si ta communication

n'est pas claire,

percutante,

mémorable...

➡ Les personnes qui auraient eu besoin de toi passent à côté.

Les biais d'influence ne sont PAS des manipulations.

Ce sont des raccourcis cognitifs que notre cerveau utilise pour décider plus vite.

Bien utilisés :

- ✓ ils facilitent la compréhension
- ✓ ils rassurent
- ✓ ils créent de la cohérence
- ✓ ils aident la personne à se projeter
- ✓ ils l'encouragent à passer à l'action... si c'est bon pour elle

Voici les 7 biais que chaque thérapeute devrait connaître, et comment les utiliser avec douceur, intelligence et éthique.





1 LE BIAIS D'AUTORITÉ

☞ Nous faisons naturellement confiance aux personnes perçues comme expertes.

Le biais d'autorité = notre tendance naturelle à accorder plus de confiance et de crédibilité à quelqu'un qui montre des signes d'expertise, de leadership, de légitimité ou de reconnaissance.

☞ Pour un thérapeute, cela ne veut PAS dire "je suis meilleur que les autres".

Cela veut dire : rassurer en montrant que la personne est entre de bonnes mains.



Comment l'utiliser *éthiquement* en tant que thérapeute?

Le but n'est PAS de manipuler, mais de rassurer.

Tu peux activer le biais d'autorité en mettant en avant :

- Le nombre de personnes accompagnées
- Le nombre d'années d'expérience
- Les formations reconnues
- Les spécialisations uniques
- Les conférences / lives / interviews
- Les résultats concrets observés (sans promettre de miracle)
- Les collaborations pro (entreprises, associations)

Ces éléments donnent le sentiment :

➡ "Cette personne sait vraiment ce qu'elle fait."



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Créer une *accroche* qui utilise le biais d'autorité

Une bonne accroche doit répondre à 2 critères :

1. Montrer une preuve d'expertise simple à comprendre
2. Relier cette expertise à la douleur de la cible

Exemples de structures :

- Après avoir accompagné plus de 200 femmes en surcharge mentale, j'ai remarqué une chose...
- En 5 ans de pratique, voici le conseil que je répète le plus souvent à mes clientes...
- C'est le problème que je retrouve 9 fois sur 10 en séance et personne n'en parle.





Comment “*donner envie* sans forcer”?

Tu ne promets rien.

Tu ne vends rien.

Tu PARTAGES une observation précieuse issue de ton expérience.

Cela crée immédiatement :

- **Crédibilité**
- **Confiance**
- **Intimité**
- **Légitimité**

Et la personne se dit :

➔ Elle sait vraiment de quoi elle parle.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



2 LE BIAIS DE PREUVE SOCIALE

👉 Nous faisons naturellement confiance... aux personnes dont d'autres parlent en bien.

Le biais de preuve sociale = notre tendance automatique à penser :

"Si d'autres ont testé et approuvé... alors c'est que je peux faire confiance."

C'est l'un DES leviers les plus puissants pour une thérapeute, car :

- ✓ La thérapie implique une vulnérabilité
- ✓ Les personnes veulent être rassurées avant d'oser réserver
- ✓ Elles ne savent pas "évaluer" ton expertise
→ elles s'appuient donc sur l'avis des autres

➡ Pour un thérapeute, la preuve sociale ne veut PAS dire se vanter.



Cela veut dire : montrer que tu changes déjà la vie de vraies personnes, comme elles.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

Comment utiliser le biais de *preuve sociale* sans manipulation ?

Le but n'est pas de "faire croire", mais de rassurer.

Tu peux activer ce biais en montrant :

- Les avis clients (Google, Facebook, LinkedIn, Resalib...)
- Les témoignages anonymisés (avec permission)
- Les captures de conversations (WhatsApp, mail - floutées)
- Les résultats concrets observés ("je dors mieux", "moins d'angoisses", "plus d'énergie")
- Les avant / après émotionnels
- Les statistiques ("96% ressentent un apaisement dès la 1re séance" réelles)
- Le nombre de clients accompagnés
- Le temps d'attente ("2 semaines d'avance complètes")
- Les recommandations entre clientes

Ces éléments donnent immédiatement le sentiment :

➔ "Si ça a aidé d'autres gens comme moi... ça peut m'aider aussi."





Créer une *accroche* qui utilise la preuve sociale

Une bonne accroche "preuve sociale" répond à 2 critères :

Elle montre un résultat concret vécu par quelqu'un d'autre

Elle renvoie à la douleur ou au désir de ta cible

Exemples d'accroches prêtes à l'emploi :

- "La semaine dernière, 3 clientes m'ont dit la même chose... 'Je revis.'"
- "Ce que mes clientes me répètent le plus souvent (et que je n'avais pas anticipé)..."
- "J'ai accompagné + de 40 femmes cette année... et voici le point commun à toutes celles qui réussissent."
- "Hier, une cliente est sortie de séance en disant : 'Pourquoi je n'ai pas fait ça avant ?'"
- "Voilà ce que disent les personnes qui avaient exactement les mêmes peurs que vous..."



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

Comment “*donner envie sans forcer*”?

Tu ne vends rien.

Tu ne fais aucune promesse.

Tu PARTAGES ce qu’une vraie cliente a vécu.

Cela crée immédiatement :

- Identification
- Confiance
- Sentiment de sécurité
- Espoir mesuré
- Preuve concrète qu’un changement est possible

La personne se dit :

➔ “Elle a aidé quelqu’un comme moi.
Donc elle peut m’aider aussi.”



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



3 LE BIAIS DE RÉCIPROCITÉ

☞ Le biais de réciprocité = notre tendance naturelle à vouloir rendre ce qu'on reçoit.

Quand quelqu'un nous offre quelque chose (du temps, un conseil, une ressource, une attention),

on ressent instinctivement le besoin de équilibrer l'échange.

C'est un mécanisme humain, profondément relationnel.

Pour un thérapeute, cela ne veut pas dire :

✗ "Je te donne quelque chose pour te pousser à acheter."

Mais plutôt :

✓ "Je t'offre une vraie valeur, librement... et tu choisiras en confiance."

La réciprocité crée :

- proximité
- gratitude
- confiance
- engagement naturel



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Comment l'utiliser *éthiquement* en tant que thérapeute ?

Le but n'est PAS de manipuler.

Le but est de donner avant de demander.

Voici des façons éthiques d'activer la
réciprocité :

- ✓ Offrir un exercice simple et transformateur
- ✓ Proposer un mini-audit
- ✓ Donner un script, une ressource, un PDF
- ✓ Poser une question profonde qui déclenche une prise de conscience
- ✓ Offrir un conseil personnalisé en commentaire
- ✓ Remercier sincèrement quelqu'un publiquement
- ✓ Partager un enseignement issu de ta propre expérience

Ces gestes provoquent naturellement :

- "J'ai envie de soutenir cette personne."
- "J'aimerais aller plus loin avec elle."



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Créer une *accroche* qui active le biais de réciprocité

Une bonne accroche doit :

Donner quelque chose immédiatement
(une prise de conscience, une ressource, une
clé).

Montrer que tu le fais sans attente.

Exemples :

- “Voici l’exercice que je donne gratuitement à mes clientes pour apaiser une crise d’angoisse en 3 minutes.”
- “Je te partage le script exact que j’utilise pour demander un avis sans gêne.”
- “Les 4 phrases qui libèrent 80 % des tensions émotionnelles en séance.”
- “J’ai créé ce template parce que j’aurais aimé l’avoir quand j’ai commencé.”

Cette structure = cadeau → expertise → bienveillance.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Comment “donner envie sans forcer” ?

Tu ne vends pas.
Tu n’insistes pas.
Tu offres.

Quand tu donnes un outil réellement utile,
la personne ressent :

- ✓ gratitude
- ✓ proximité
- ✓ confiance
- ✓ envie d’aller plus loin

Et elle se dit :

➔ “Si elle donne déjà autant gratuitement...
je n’imagine même pas la valeur de son
accompagnement.”

C’est ça, la réciprocité éthique.





4 LE BIAIS DE FAMILIARITÉ

☞ Nous faisons naturellement plus confiance à ce qui nous est familier, même si cette familiarité est créée artificiellement.

Plus une personne te voit, t'entend, lit tes mots →

plus elle a l'impression de te connaître
→

plus elle est susceptible d'acheter ou de réserver.

Pour un thérapeute, ça veut dire :

☞ la répétition crée la confiance (et non la compétence seule).



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

Comment l'utiliser **ÉTHIQUEMENT** en tant que thérapeute ?

Le but n'est jamais de "marteler".

Le but est de créer une présence régulière,
rassurante et cohérente.

Tu actives le biais de familiarité en :

- publiant régulièrement (même 2× par semaine suffit)
- conservant une identité visuelle stable
- répétant les 3-4 mêmes messages clés
- gardant un ton reconnaissable
- partageant ton visage (ou ton avatar) régulièrement
- racontant des bribes de ton quotidien professionnel
- utilisant les mêmes types de formats (carrousels, conseils, phrases fortes)

Cela donne le sentiment :

➡ "Je commence à la connaître, elle a l'air sûre, stable, constante."

Et c'est **EXACTEMENT** ce qu'un client recherche avant de confier son intimité émotionnelle.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Créer une *accroche* qui utilise le biais de familiarité

Une bonne accroche doit :

1. Rappeler un problème déjà évoqué (continuité)
2. Amener une nuance supplémentaire pour ne pas lasser

Exemples de structures :

- “Si tu me suis depuis un moment, tu le sais : je répète souvent que...”
- “Aujourd’hui, je t’explique pourquoi c’est si important.”
- “J’en parle régulièrement : 90 % des thérapeutes font cette erreur.
- “Voici ce qu’on peut changer, concrètement.”
- “Je vous en ai déjà parlé... mais aujourd’hui je vais vous montrer comment appliquer ça.”
- “Je reviens sur un sujet que vous m’avez beaucoup demandé...”

Ces accroches créent :

- ✓ continuité
- ✓ sécurité
- ✓ impression de proximité



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Comment “*donner envie* sans forcer”?

Tu donnes envie en créant une relation plutôt qu’en poussant à l’action.

🎯 Tes contenus ne doivent pas surprendre, mais réassurer.

Tu peux :

- répéter les transformations possibles
- répéter ce qui bloque vraiment
- répéter ta méthode, tes valeurs
- répéter les petites victoires de tes clients

Et la personne finit par se dire :

➡ “J’ai l’impression de la connaître. Et comme je la connais, je lui fais confiance.”

Ce BIAIS est l’un des plus puissants en thérapie.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



5 LE BIAIS DE L'URGENCE

☛ Donner envie d'agir maintenant, sans manipuler, juste en aidant à franchir le pas.

L'être humain remet TOUT à plus tard. C'est normal : le cerveau aime l'économie d'énergie.

Le biais d'urgence vient activer une prise de décision immédiate grâce à une contrainte réelle :

- une date limite,
- un nombre de places limité,
- un tarif qui augmente,
- un événement ponctuel.

☛ Sans urgence, les gens sont intéressés... mais ils n'achètent pas.



☛ Avec urgence, ils passent à l'action tant qu'ils ont encore la motivation.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute

Pourquoi et Comment utiliser le biais d'Urgence ?

Parce que tes clientes :

- hésitent,
- ont peur de se tromper,
- reportent "au moment où elles auront le temps",
- se disent "je vais réfléchir" et... n'agissent jamais.

L'urgence les aide à dépasser l'inertie.

Ce n'est pas les pousser, c'est les aider à arrêter de se saboter.

Exemples d'accroches puissantes :

"Tu peux remettre ça à demain... sauf que demain, cette opportunité n'existe plus."

"C'est la dernière fois que j'ouvre ces 3 places."

"Dernier jour pour rejoindre celles qui ont décidé d'arrêter de tourner en rond."

L'idée :

- ✓ évoquer la contrainte temporelle
- ✓ la relier à une transformation désirée
- ✓ donner un léger FOMO (sans anxiété)



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Comment “*donner envie sans forcer*”?

Tu ne dis pas :

✗ “Achète maintenant sinon tant pis.”

Tu dis :

✓ “Si c’est le bon moment pour toi, c’est le moment où la porte est ouverte.”

✓ “Si tu sens que tu tournes en boucle depuis des mois, ce format peut t’aider (et il ferme ce soir).”

Le ton reste :
bienveillant + clair + assumé.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

Comment utiliser le biais d'Urgence dans ta communication ?

✓ Dans un post

- rappeler le problème actuel
- rappeler la transformation possible
- annoncer la limite (date / places)
- inviter à agir pendant que la motivation est encore là

✓ Dans tes stories

"Il reste 4h → après la porte se referme."
"1 place vient d'être prise → il en reste 2."

✓ Dans un live

Toujours verbaliser :

"Ce que je propose aujourd'hui n'est disponible que jusqu'à demain soir."

✓ Dans Google Business

"Dernières disponibilités pour décembre."



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



6 LE BIAIS DE SIMPLICITÉ

☛ Le cerveau adore ce qui est simple.
Plus un message est clair, court et facile à comprendre...

- ➡ plus il est retenu,
- ➡ plus il est perçu comme vrai,
- ➡ et plus il déclenche une action.

En thérapie, l'erreur la plus fréquente :

☛ utiliser un vocabulaire trop technique, trop spirituel, trop conceptuel...
alors que les clients ont juste besoin de se reconnaître.





Comment créer une accroche qui active le *biais de simplicité* ?

Tu dois répondre à **UNE** seule question dans ton accroche :

➔ **Qu'est-ce que je résous ?**

Exemples d'accroches simples et puissantes :

- "Tu n'arrives plus à respirer mentalement ? Lis ça."
- "Voilà pourquoi tu n'arrêtes pas de ruminer."
- "Si tu te sens vidée pour rien, ce post est pour toi."

Une phrase.

Un problème.

Un repère immédiat.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

Comment “*donner envie* sans forcer”?

En simplifiant ce que tu expliques.

Les gens n’ont pas besoin de tout comprendre.

Ils ont besoin de comprendre ce que ça change pour eux.

Exemple :

✗ “Je travaille sur le système nerveux autonome via des pratiques psychocorporelles.”

✓ “Je t’aide à calmer ton mental et récupérer ton énergie.”

Simplifier = rendre concret = créer le désir.



Comment l'utiliser dans ta communication de thérapeute ?

☞ Pour tes posts :

- Limite-toi à une idée par post
- Des phrases courtes
- Des exemples du quotidien
- Du langage simple
- Des émotions concrètes
- Jamais plus de 2 lignes par paragraphe

☞ Pour tes offres :

Ne décris pas ce que tu fais.
Décris ce que la personne gagne.

☞ Pour LinkedIn :

Utilise des métaphores simples :

- "Ta charge mentale, c'est comme 10 onglets ouverts dans ton cerveau."
- "Ton stress, c'est ton corps qui crie que tu tires trop sur la corde."

Les métaphores = simplicité + mémorisation.





7 LE BIAIS DE RARETÉ

👉 Nous accordons plus de valeur à ce qui est limité, rare ou disponible pour une durée restreinte.

Le biais de rareté = notre cerveau perçoit comme plus important ce qui risque de nous échapper.

Il active automatiquement :

- le sentiment d'urgence,
- la peur de manquer quelque chose (FOMO),
- une prise de décision plus rapide.

Pour un thérapeute, cela ne veut PAS dire créer du stress ou inventer de fausses limites.

Cela veut dire :

aider la personne à prendre une décision qui est déjà bonne pour elle, sans repousser indéfiniment.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute





Comment l'utiliser *éthiquement* en tant que thérapeute ?

Le but n'est pas de manipuler.

C'est de clarifier un cadre réel :

Tu peux utiliser la rareté éthique en montrant :

- Les vraies places disponibles dans ton accompagnement
- (ex : "Il me reste 2 places pour janvier")
- Les périodes où tu ouvres ou fermes tes accompagnements
- (ex : "Prochaines ouvertures en mars")
- Le temps limité d'un bonus réel
- (ex : "Atelier offert pour toute inscription avant dimanche")
- Ton rythme de travail, qui implique un nombre limité de clientes
- La rareté naturelle de ton expertise (ex : spécialisation rare)

Ces éléments donnent le sentiment :

➔ "Si je veux avancer maintenant, c'est le bon moment."



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Créer une *accroche* qui utilise le biais de rareté

Une bonne accroche doit :

1. **Montrer une limite réelle**
2. **Expliquer pourquoi cette limite existe**
3. **Connecter cette rareté à un bénéfice clair**

Exemples d'accroches :

- "Il me reste 2 places pour accompagner des femmes épuisées en janvier. Après, ce sera fermeture jusqu'en mars."
- "Je n'ouvre cet accompagnement que 3 fois par an. La prochaine fois, ce sera en juin."
- "Les 5 premières inscrites auront un atelier de diagnostic personnalisé. Après, ce bonus disparaît."
- "Je ne prends que 6 clientes par mois, pour garantir une disponibilité réelle."



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Comment “*donner envie sans forcer*”?

Tu ne pousses pas la personne à agir.
Tu exposes les faits.

Tu exprimes clairement :

- tes capacités réelles,
- ton cadre,
- ton organisation,
- et les opportunités limitées qui en découlent.

Cela crée :

- Confiance
- Engagement
- Décision plus rapide
- Motivation
- Sentiment d’opportunité

La personne se dit :

→ “C’est le bon moment pour moi. Si j’attends, je vais repousser encore 3 mois.”



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





COMMUNIQUER AVEC IMPACT SANS JAMAIS “FORCER”

Si tu es arrivée jusqu’ici, tu
as maintenant entre les
mains les **7 biais d’influence**
les plus puissants pour
communiquer avec
éthique...
et avec efficacité.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Ton métier transforme des vies.
Ta communication doit simplement
permettre aux bonnes personnes de
s'en rendre compte.

Tu n'as pas besoin de t'épuiser.
Tu n'as pas besoin d'être partout.
Tu n'as pas besoin de devenir experte
marketing.

Tu as juste besoin d'un système clair,
d'outils simples, et de savoir quoi dire
et comment le dire.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Techappy

**ÉCRIRE POUR ÉCRIRE NE
SERT À RIEN.
ÉCRIRE POUR CRÉER DU
LIEN... ÇA CHANGE
TOUT.**

Chaque message peut ouvrir
une porte.

À toi maintenant d'oser
commencer la conversation.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

