

LIVE THÉRAPEUTE VISIBLE

Ton premier webinaire

La séance de groupe qui remplit ton agenda

Définition, vrais chiffres, communication, animation, outils : tout le système, pour le lancer toi-même.

Il te faut 30 minutes pour convaincre UNE cliente en appel.

**Et si tu avais cette même conversation
avec 20 personnes en même temps ?**



Un webinar, c'est quoi ?



Une conférence en ligne gratuite

1h à 1h30, sur Zoom, en direct



Où tu enseignes une vraie chose

tes participantes repartent avec de la valeur,
achat ou pas



Puis proposes d'aller plus loin

à celles qui le veulent : ton
accompagnement

Ni de la technique, ni du show. Une séance de groupe, avec un système autour.



Tu sais déjà faire les 3 choses qui comptent



Transmettre

tu expliques à tes clientes tous les jours



Créer du lien

c'est littéralement ton métier



Tenir un espace

une séance de groupe ne t'impressionne pas

Ce qui te manque, ce n'est pas le talent. C'est le système autour. Et le système, ça s'apprend en 1h30. C'est maintenant.

À VOUS



Avant de commencer

“Qui a déjà ASSISTÉ à un webinaire ? Qui en a déjà ANIMÉ un ?”

Répondez dans le chat ou à main levée. Ça me permet d'ajuster le niveau de détail pour la suite.



Le webinar est un système, pas un événement



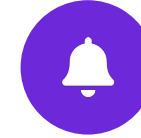
AVANT

- La promesse
- La page d'inscription
- La communication 7-10 jours
- Les mails de rappel



PENDANT

- Le live en 6 temps
- La valeur, l'interaction
- La proposition



APRÈS

- Le replay 72h
- Les relances
- Les appels découverte

Le live n'est que le sommet visible. 90% du résultat se joue avant et après.



Le programme



Les vrais chiffres ce que tu peux vraiment attendre, à ton échelle



Le bon moment pour toi les 3 prérequis, et quand c'est stratégique



Ta promesse la décision qui fait 80% du résultat



Remplir ta salle le calendrier de communication jour par jour



Animer ton live le déroulé qui donne envie de travailler avec toi



Récolter après le replay, les relances, la moitié du chiffre

Et à la fin : ta stack d'outils complète, et ton plan daté sur 3 semaines.

PARTIE 1

Les vrais chiffres

Pas ceux des gourous : les tiens.





Le mythe... et ta réalité

CE QUE TU VOIS PASSER

- Des webinaires à 500 personnes
- Des lancements à 6 chiffres
- L'impression qu'il faut une grosse audience

LA RÉALITÉ QUI TE CONCERNE

Les petits webinaires convertissent MIEUX.

- Audience 100% chaude, qui te connaît
- Proximité réelle, chat où tu nommes tout le monde
- Zéro anonymat : chaque question compte

À 20 présentes, tu joues avec un avantage. Pas un handicap.



La chaîne, avec les vrais taux



Chaque chiffre est une étape qui se travaille, pas une loterie. Et ce sont les fourchettes du métier pour une petite audience chaude : les tiennes.



Tes 5 taux à suivre (et les cibles)

LE TAUX	COMMENT LE CALCULER	TA CIBLE
 Inscription	$\text{inscrites} \div \text{visites de la page}$	30-50% en dessous : la promesse est floue
 Présence	$\text{présentes} \div \text{inscrites}$	40-50% en dessous de 30% : les rappels fuient
 Rétention	$\text{encore là au pitch} \div \text{présentes}$	70%+ la moyenne du marché n'est qu'à 37%
 Conversion présentes	$\text{appels réservés} \div \text{présentes}$	15-20% ou 5-10% en vente directe médium ticket
 Conversion globale	$\text{clientes} \div \text{inscrites}$	3-5% le chiffre de santé de toute la machine

Cibles pour une audience chaude. Note-les après chaque webinar : le taux qui décroche te dit quoi réparer.



Et ça rapporte quoi, concrètement ?

LE CALCUL

1 à 2 clientes x 1500-2500 €
= 1500 à 5000 € par webinaire

LE TEMPS

1er webinaire : ~3 semaines à temps très partiel.
Les suivants : quelques jours. Tout se réutilise.

La question à te poser : combien de posts pour signer 2 clientes ? Combien de webinaires ? Un.

Et le seuil : en dessous de ~15 présentes attendues, fais un atelier intimiste à la place. C'est très bien aussi.



Les chiffres à retenir



La chaîne

40 inscrites → 20 présentes → 14 au pitch → 2-4 appels → 1-2 clientes



La formule

clientes = inscrites x présence x rétention x conversion



La présence

~50% des inscrites viennent (et c'est normal)



La fenêtre

on communique 7 à 10 jours avant, pas plus tôt



Le seuil

15 présentes minimum pour le format webinaire ; viser 40 inscrites



Les 3 prérequis avant de te lancer

1

Une offre solide, D'ABORD

On ne fait jamais un webinar “pour se montrer”. On le construit pour vendre UNE offre précise, déjà claire. C'est le point de départ de tout.

2

Un début d'audience

~300 contacts mail OU ~500 abonnées engagées OU une consœur partenaire pour croiser vos audiences. Un seul des trois suffit.

3

3 semaines devant toi

Pas 3 mois de préparation, pas 3 jours de panique. Trois semaines à temps partiel.



Les bons moments (et le mauvais)



Au lancement d'une offre ou d'une nouvelle formule · *le webinaire fait décoller ce qui vient de naître*



Avant un creux prévisible · *septembre (la rentrée), janvier (les résolutions) : quand TES clientes cherchent*



En rituel trimestriel · *le même webinaire rejoué et amélioré à chaque édition : la machine qui tourne*



JAMAIS en réaction panique · *un agenda vide cette semaine ne se remplit pas par un webinaire : il remplit dans 3 semaines*

À VOUS



Auto-diagnostic express

“Compte tes prérequis : ton offre est-elle au clair ? As-tu 300 mails, 500 abonnés OU une partenaire ? As-tu 3 semaines ? Note ton score sur 3.”

3/3 : tu repars avec un plan complet. Moins : tu sais exactement quoi construire d'abord, et c'est déjà un résultat.



Le raccourci des petites audiences : le duo

Co-anime avec une consœur complémentaire

Sophrologue + naturopathe. Hypnothérapeute + coach.

Deux audiences croisées, une crédibilité prêtée, la moitié du travail chacune. Vos 500 + ses 500 = un vrai remplissage.

La data qui devrait vous décider : les inscrites venues par une partenaire se présentent à ~47%. C'est le meilleur taux de présence de TOUS les canaux : la confiance se transfère.

PARTIE 2

Ta promesse

La décision qui fait 80% du résultat.



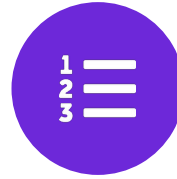


Une promesse, trois exigences



CLAIRE

Un résultat nommé, compris en une lecture. Pas un thème (“rayonner”, “sérénité” : non).



QUANTIFIABLE

Un chiffre, une durée, un livrable : “les 3 raisons”, “ton plan en 5 étapes”. Vérifiable à la fin du live.



EMBOÎTÉE

Le webinaire et l'offre promettent le même voyage à deux échelles : le webinaire livre le pourquoi complet, l'offre livre le comment accompagné.



Le test aller-retour

L'ALLER

“Si elle obtient ce que promet ton webinaire, sa question suivante est-elle celle à laquelle ton OFFRE répond ?”

Si oui : ton pitch sera une évidence, pas une rupture.

LE RETOUR

“Ta promesse attire-t-elle précisément TA cliente... et personne d'autre ?”

Le webinaire n'est pas fait pour la foule : il est fait pour l'acheteuse.

Une promesse qui attire tout le monde ne convertit personne.



Exemple... et contre-exemple

✗ ~~“Webinaire bien-être et sérénité”~~ rien à mesurer · tout le monde donc personne · aucun pont vers une offre

✓ L'OFFRE : *“retrouve des nuits complètes, sans somnifères”*

✓ LE WEBINAIRE : ***“Les 3 raisons pour lesquelles tes nuits ne se réparent pas (et le mécanisme qui change tout)”***

Ce titre attire celle qui a DÉJÀ essayé et échoué. C'est-à-dire : l'acheteuse.

Le fil conducteur du live : on garde cet exemple sommeil jusqu'au bout, tu verras tout s'emboîter.



Une promesse type, par métier

Sophrologue

“Pourquoi ton stress revient toujours, et les 3 clés d'une régulation qui tient”

Hypnothérapeute

“Arrêter de fumer : pourquoi la volonté échoue, et ce qui se passe vraiment dans ton cerveau”

Naturopathe

“Fatigue chronique : les 3 pistes que ton bilan sanguin ne montre pas”

Coach

“Reprendre une décision bloquée depuis des mois : la méthode en 4 étapes”

Chacune : claire, chiffrée, emboîtable dans un accompagnement. Piochez, adaptez.

À VOUS



À toi : ta promesse, maintenant

“3 minutes : écris la promesse de TON webinaire en une phrase. Puis vérifie : claire ? quantifiable ? emboîtée dans ton offre ?”

On en lit 2 ou 3 à voix haute et on les améliore ensemble. C'est le moment le plus précieux du live : ne le rate pas.

PARTIE 3

Remplir ta salle

Le système de communication, jour par jour.





La fenêtre : 7 à 10 jours, pas plus tôt

59%

des inscriptions arrivent dans les 7 derniers jours

1/3

s'inscrit LE JOUR MÊME du webinaire

Conséquences : inutile d'annoncer un mois avant (l'inscription précoce se périmé et ne vient pas). On annonce à J-10 / J-7, on intensifie chaque jour, et on invite JUSQU'À la dernière heure. Tu n'es jamais en retard pour inviter.



L'ordre des canaux

1

Ta liste mail, EN PRIMEUR

annoncée 1-2 jours avant les réseaux. Ta liste est ton cercle privilégié : elle doit le sentir. Et le mail fait 57 à 77% des inscriptions d'un webinaire.

2

Les réseaux, en quotidien

un contenu par jour sur la fenêtre, deux le dernier jour. Posts + stories, on voit le détail juste après.

3

La pub... plus tard

quand tu auras fait 2-3 webinaires organiques et que ta machine convertit. Pas avant : on en reparle à ce moment-là.



Ton calendrier, jour par jour



J-12

Le sondage

récolte leurs mots



J-9

Invitation liste + annonce

la primeur, puis le post



J-7

Le post douleur

le miroir, sans solution



J-5

Le post bascule

le mécanisme teasé



J-4

Le post preuve

un témoignage vécu



J-2

Le post objections

les freins désamorçés



J-1

Le dernier appel

post + mail + rappel



Jour J

Stories + rappels

jusqu'à la dernière heure

Et des stories TOUS les jours de la fenêtre, un angle différent chaque jour.



Les posts en détail (1/2)



Le sondage (J-12)

"Je prépare quelque chose sur le sommeil. Dis-moi : c'est quoi TON plus gros blocage avec tes nuits ?" Il engage, récolte leurs mots exacts (le carburant de tout le reste) et révèle les objections.



L'annonce (J-9)

La promesse + la date + le lien. "Le jeudi 12, à 12h30, je t'explique les 3 raisons qui..." Sans tout dévoiler : on tease le quoi, on garde le comment.



Le post douleur (J-7)

"Si tu te réveilles à 3h du matin en refaisant ta journée... si tu redoutes le moment du coucher..." Le miroir écrit avec leurs mots du sondage, SANS solution. Le webinaire est le lieu où on la démonte.



Les posts en détail (2/2)



Le post bascule (J-5)

“Pourquoi les tisanes et la volonté ne règlent rien : ce qui se joue vraiment quand tu ne dors pas.” On tease le mécanisme SANS le donner. C'est le post qui qualifie : il attire celle qui a déjà essayé.



Le post preuve (J-4)

L'histoire d'une cliente qui était exactement là : ses mots, son avant, son après. La projection : “si elle a pu, moi aussi”. Avec son accord, toujours.



Le post objections (J-2)

“Tu te dis peut-être : encore un truc pour me vendre / pas le temps / je regarderai le replay...” Réponses frontales : 80% de contenu utilisable même sans rien acheter · 90 minutes · le replay dure 72h mais le bonus est réservé aux présentes.

Chaque post traite les objections à L'INSCRIPTION. Celles à l'offre, c'est le live qui s'en charge.



Les DEUX séquences mail (à ne pas confondre)

SÉQUENCE A • L'INVITATION

à TOUTE ta liste • 2-3 mails

- J-9 : l'invitation, en primeur
- J-5 : un mail de valeur lié au sujet
- J-1 : le dernier appel

SÉQUENCE B • LA PRÉSENCE

aux INSCRITES seulement • 5 mails

- Confirmation immédiate (+ ajout calendrier)
- J-3 : un mail de valeur qui pré-cadre
- J-1 : le rappel + la raison de venir
- H-3 : "c'est aujourd'hui"
- **"C'est en direct, MAINTENANT" à la minute du lancement**

Le mail "c'est en direct" rattrape les oublieuses à l'instant même : à lui seul, plusieurs points de présence.



La raison de venir en direct

Sans elle : tout le monde se dit “je regarderai le replay”... et personne ne vient. La raison de venir se décide AVANT d'annoncer, et s'affiche dès la page d'inscription.



La plus puissante : le bonus MYSTÈRE. Annoncé, jamais dévoilé : “un cadeau réservé aux présentes, je n'en dis pas plus”. On ne peut pas se dire “pas besoin” de ce qu'on ne connaît pas.

Alternatives : un bonus nommé réservé aux présentes, un exercice fait ensemble en direct. Règle absolue : vrai, et tenu. Une fausse exclusivité détruit la confiance d'un coup.



Combien d'inscrites TU peux espérer

inscrites $\approx$ (ta liste x 5-10%) + (LinkedIn x 1-3%) + (Instagram x 0,5-2%) + le duo partenaire

Exemple : liste de 250 + 600 abonnées Instagram = (12 à 25) + (3 à 12) = 15 à 37 inscrites → 8 à 18 présentes. Viable, ou rendu viable par le duo.

Sortez vos chiffres et calculez VOTRE estimation, là, maintenant. Partagez-la dans le chat.



Ta communication complète



Fenêtre

7-10 jours · liste en primeur · quotidien sur les réseaux



7 posts

sondage · annonce · douleur · bascule · preuve · objections · dernier appel



Séquence A

invitation à la liste : J-9, J-5, J-1



Séquence B

aux inscrites : confirmation, J-3, J-1, H-3, "c'est en direct"



La raison de venir

bonus mystère (ou nommé), vrai et tenu



Estimation

liste x 5-10% + LinkedIn x 1-3% + Instagram x 0,5-2% + duo

PARTIE 4

Le live

90 minutes qui donnent envie de travailler avec toi.



L'OBJECTIF DU LIVE, EN UNE PHRASE

**Donner tellement de valeur, et créer tellement de confiance, que la seule conclusion logique soit :
“j'ai envie de travailler avec elle.”**

Tu ne vends pas pendant le live. Tu démontres. La vente est la conséquence.



Le déroulé en 6 temps



1. L'ouverture qui accroche *la promesse dès la minute 1, une question au chat dès la minute 3*

~5 min



2. Ton histoire *le pont : "j'étais là où tu es, voilà ce qui a changé"*

~10 min



3. Le contenu en 3 révélations *le cœur : la valeur qui fait tomber les doutes*

~40 min



4. La permission *"est-ce que ça vous va que je vous montre comment aller plus loin ?"*

~2 min



5. La proposition *ton offre, UN seul appel à l'action*

~15 min



6. Les questions *le moment où les hésitantes basculent*

~15 min



Les 3 révélations (l'exemple sommeil)

1

“Pourquoi ce que tu as essayé ne marche pas”

les tisanes, la volonté, les applis... et pourquoi c'était perdu d'avance

le doute sur la MÉTHODE tombe

2

“Pourquoi TOI tu peux y arriver”

ce n'est pas un manque de discipline : c'est un mécanisme qui s'apprend

le doute sur SOI tombe

3

“Pourquoi c'est possible maintenant, dans ta vraie vie”

20 minutes par jour suffisent, même avec des enfants et un travail

le doute sur les CIRCONSTANCES
tombe

Chaque révélation fait tomber un doute. À la fin, il ne reste plus de raison de ne pas avancer.



La permission, puis UNE porte

LE VERBATIM DE LA TRANSITION

“On a vu ensemble pourquoi tes nuits ne se réparent pas, et le mécanisme qui change tout. Est-ce que ça vous va que je prenne dix minutes pour vous montrer comment on peut aller plus loin ensemble ?”

Puis SILENCE. On attend les oui dans le chat. Ce silence se tient, comme sur un appel.



UN seul appel à l'action : réserver un appel découverte.

Pas “mon site, mon Insta, ma newsletter ET mon offre”. Une seule porte, montrée trois fois : à la proposition, pendant les questions, à la fin. Ton agenda en ligne, un lien, c'est tout.



Garder ta salle : les 3 règles



Une interaction toutes les 10-15 minutes

question au chat, sondage, prénom repris à voix haute. Celle qui participe reste ; celle qui écoute passivement multitâche... et part.



L'offre teasée tout au long

"j'en reparle tout à l'heure", "c'est exactement ce qu'on approfondit dans l'accompagnement". Jamais d'annonce surprise à la fin : elle doit être attendue.

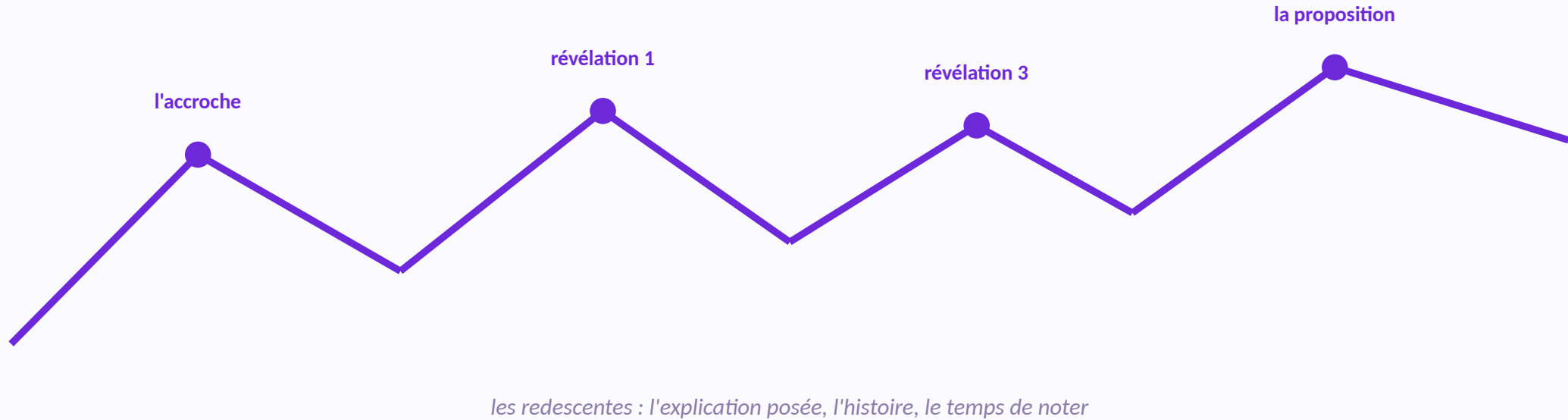


80% de valeur vraie

la data est brutale : 78% des présentes partent si ça devient trop vendeur. Ta générosité EST ta stratégie de vente.



Le rythme en vagues d'énergie



Un live plat perd la salle, même avec un bon contenu. Tu pilotes l'énergie comme tu pilotes une séance : des pics (révélation, interaction, exemple fort), des redescentes, une remontée finale.



Et l'appel qui suit ? Tu sais déjà le mener



Le webinaire

*crée la confiance
en groupe*



L'appel découverte

*la conversation
que tu maîtrises*



La cliente

*l'accompagnement
commence*

L'appel découverte, on l'a travaillé ensemble : le cadre, la douleur, le silence. La personne qui arrive de ton webinaire est déjà chaude : l'appel devient une confirmation, plus une conquête. Tout s'emboîte.

PARTIE 5

L'après

Là où la moitié du chiffre se joue.





La séquence des 72h



Sous 4h : le replay envoyé à TOUTES, présentes et absentes, avec la deadline claire : “disponible 72h”



J+1 : le déclic renvoyé LA révélation du live + les réponses aux 2 questions les plus posées. Le mail qui convertit le replay.



J+2 : le témoignage l'histoire d'une cliente qui était exactement là, et le rappel : demain, ça ferme



J+3 : le dernier jour, 3 mails le matin · 6-8h avant · 2-3h avant la fermeture. Courts, factuels, sans drame.



Puis : la deadline TENUE le replay ferme vraiment. C'est ce qui rendra crédibles toutes tes prochaines deadlines.

**30 à 50% des ventes arrivent
dans les dernières 48h.**

Et le mail du dernier jour fait à lui seul un tiers du chiffre.

Ne pas l'envoyer "par politesse", c'est amputer ton résultat d'un tiers.



“Mais j'ai peur de spammer...”

48%

des vendeurs ne relancent JAMAIS. Tu ne risques pas d'être “trop” : la norme, c'est pas assez.

Le tri sain

Les désabonnements pendant une séquence de vente sont normaux : les non-clientes se retirent d'elles-mêmes, ta liste se qualifie.

***Douze mails sur quinze jours, c'est le métier.
Trois mails, c'est un hobby.***

PARTIE 6

Tes outils et ton plan

Lancer sans t'éparpiller ni te ruiner.





La stack minimale (2 outils nouveaux, max)



Zoom

le live + l'enregistrement (= ton replay)
tu l'as déjà pour tes séances : zéro apprentissage



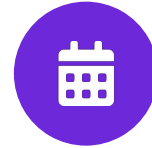
Systeme.io

la page d'inscription + les 2 séquences mail + la page replay
un seul outil, en français, gratuit jusqu'à 2000 contacts



Canva

tes slides
tes templates existants suffisent



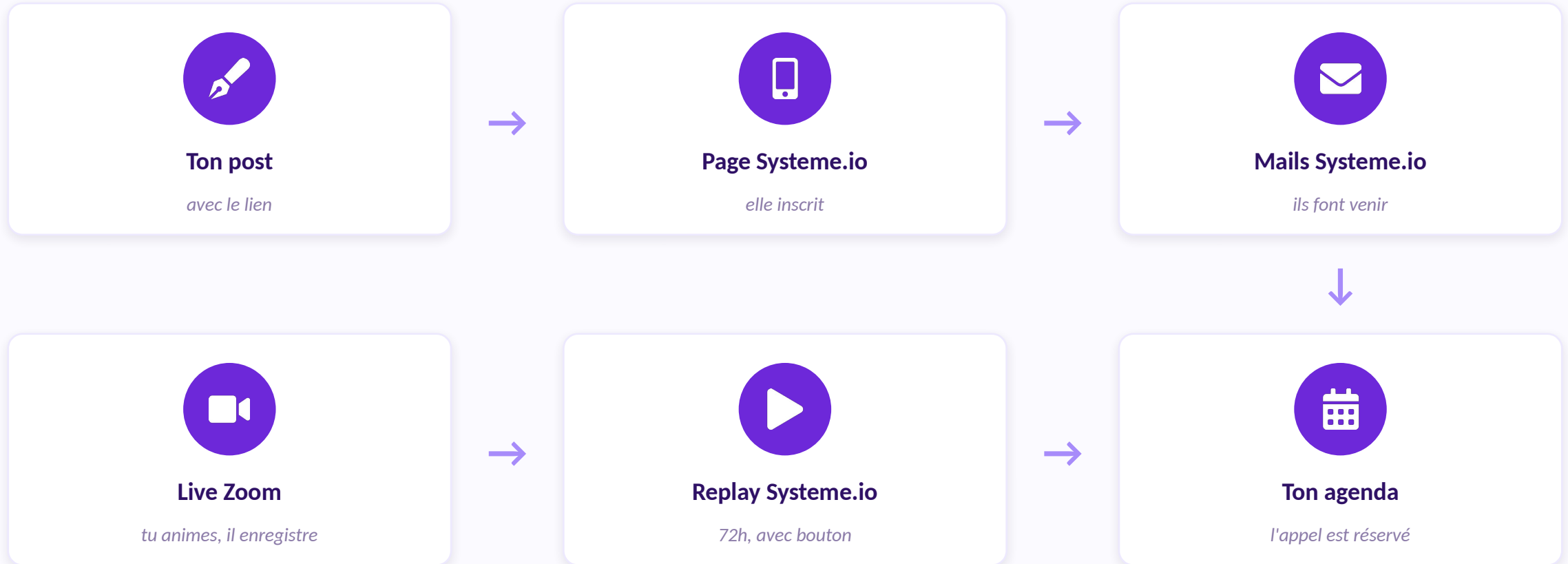
Ton agenda en ligne

les réservations d'appels découverte
Calendly ou celui que tu utilises déjà

La technique n'est pas l'obstacle : deux outils, dont un gratuit et un que tu as déjà.



Qui fait quoi : la plomberie complète



Cinq flèches. Tout est branché. Rien d'autre à acheter.



Ton plan sur 3 semaines (+ 3 jours)

Semaine 1

Les fondations l'offre au clair • la promesse écrite et testée • la page d'inscription créée

Semaine 2

Le contenu les 8 mails écrits • le live construit en 3 révélations • les slides Canva

Semaine 3

La campagne (J-10 → J) sondage, annonce liste en primeur, posts quotidiens, stories, rappels

Le jour J

Le live 90 minutes : valeur, permission, proposition, questions

J+1 à J+3

La récolte replay sous 4h • déclic • témoignage • 3 mails le dernier jour

Charge honnête : 2-3h par semaine les deux premières, un quotidien léger la troisième.



Ton plan complet



S1 : fondations

offre au clair · promesse (claire, quantifiable, emboîtée) · page



S2 : contenu

8 mails · 3 révélations · slides



S3 : campagne J-10 → J

sondage · annonce (liste en primeur) · douleur · bascule · preuve · objections · dernier appel · stories



Jour J : le live

valeur 80% · interaction / 10-15 min · permission · UNE porte



J+1 → J+3

replay 4h · déclic · témoignage · 3 mails le dernier jour · deadline tenue



La stack

Zoom + Systeme.io (+ Canva + ton agenda)

À VOUS



Dernière question, la plus importante

“C'est quoi TA prochaine étape ? Et tu la fais quand ? Écris-le dans le chat.”

Clarifier mon offre • écrire ma promesse • créer mon compte Systeme.io • caler une date avec ma binôme • bloquer ma date de webinaire.
L'engagement public est le meilleur prédicteur du passage à l'action.

SI TU NE RETIENS QU'UNE CHOSE

**Un webinaire, c'est une séance de groupe
avec un système autour.**

La séance, tu sais déjà la tenir.

Le système, tu viens de le recevoir.

À vos webinaires.

Racontez-moi le premier : la date, la promesse, le résultat. J'ai hâte.

Vos questions !