NEDJMA SAHRAOUI



LE GUIDE OFFERT · MÉTHODE ATTRACT

Visible, suivie, *choisie.*

Comment transformer ta visibilité sur Instagram en clientes, sans poster plus, sans t'épuiser, sans te travestir.

Nedjma Sahraoui
Mentor business & visibilité · depuis 2015

AVANT DE COMMENCER

Tu n'as pas un problème de quantité.

Tu te dis que tu devrais poster tous les jours. Tu notes chaque nouvelle tendance en te disant « il faut que je fasse ça ». Et à la fin de la semaine, tu as posté pour poster, avec le sentiment que tu aurais pu faire mieux.

Pendant ce temps, tu vois des femmes moins compétentes que toi remplir leur agenda. Toi, tu récoltes 12 vues et le like de ta mère.

Je vais être directe : le problème, ce n'est ni l'algorithme, ni ton nombre d'abonnées, ni ton manque de temps. Le problème, c'est que ta visibilité n'est reliée à rien. Pas à une cliente précise. Pas à un point de vue. Pas à une offre claire. Pas à une invitation.

> Être visible, ce n'est pas faire du bruit. C'est être vue par les bonnes personnes, comprise en 3 secondes, et choisie.

Depuis 2015, j'ai accompagné plus de 600 entrepreneures. Celles qui vendent ne sont pas celles qui postent le plus. Ce sont celles qui savent **à qui** elles parlent, **ce qu'elles défendent** et **où elles emmènent** la personne qui les découvre.

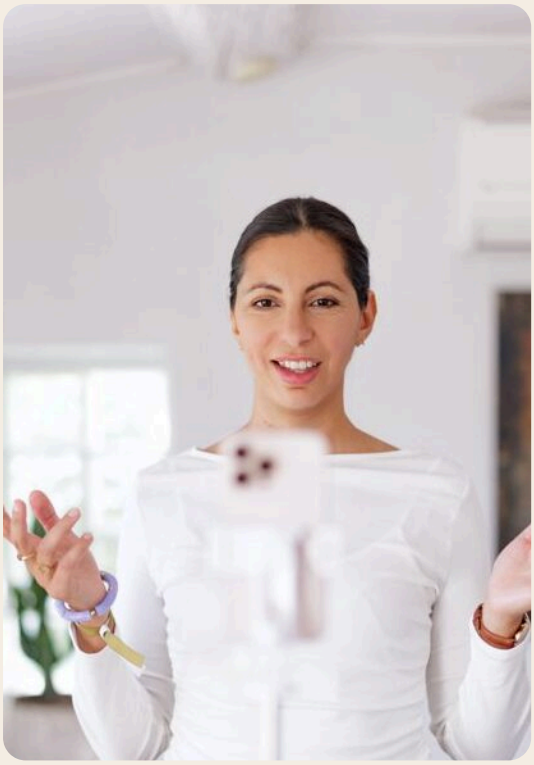
Ce guide, c'est la version condensée de ma méthode ATTRACT. 12 étapes, dans l'ordre où je les travaille avec mes clientes. Pas de théorie pour faire joli : chaque étape se termine par un exercice concret.

COMMENT UTILISER CE GUIDE

- **Ouvre une note sur ton téléphone ou un Google Doc.** Réponds aux exercices au fil de ta lecture, même en vrac, même en 3 mots. Ce qui compte, c'est de l'écrire, pas de le garder dans ta tête.
- **Pas besoin de bloquer une demi-journée.** Une étape par jour, 10 minutes entre deux rendez-vous, ça suffit.
- **Ensuite, colle ta note dans l'IA.** Avec les prompts du bonus en fin de guide, ChatGPT ou Claude transforme tes réponses en bio, idées de contenu et scripts.
- **Ne saute pas les étapes 01 à 04.** Ce sont elles qui rendent tout le reste efficace.
- **Lis jusqu'au bout.** La dernière partie va te demander une décision.

QUI TE PARLE

Je suis Nedjma.



Mentor business et visibilité pour les entrepreneures qui veulent vivre de leur expertise, avec une image premium et des clientes qui leur ressemblent.

Avant d'être entrepreneure, j'étais formatrice. Transmettre, structurer, rendre simple ce qui paraît compliqué : c'est toujours mon métier. Aujourd'hui, j'accompagne en 1:1, je forme aux réseaux sociaux et à l'IA, et je suis coach Instagram dans plusieurs programmes d'accompagnement d'entrepreneures.

Ma façon de travailler tient en trois mots : **direct, stratégique, vrai.** Je ne te dirai pas que tout va bien si ce n'est pas le cas. Je ne te vendrai pas une recette magique. Je te montrerai ce qui bloque, et comment le débloquer.

600+	2,7 M	57 k	1,9 M
entrepreneures accompagnées depuis 2015	vues sur une vidéo de Sahar, nutritionniste	abonnés pour Lise, partie de moins de 3 000	vues sur un post de Clara, coach vocale

Les résultats de mes clientes leur appartiennent : ils viennent de leur travail. Ils montrent ce qui devient possible quand la stratégie est claire, pas ce qui est garanti.

Au sommaire

01 Pourquoi personne ne te voit
La précision avant la quantité

02 On achète qui tu es
Valeurs, histoire, convictions

03 Connais-la mieux qu'elle-même
Ta cliente idéale, 3 crans plus bas

04 Parle à ce qu'elle croit déjà
Refléter, rejoindre, ouvrir

05 Ton profil en 3 secondes
Nom, photo, bio, lien, stories à la une

06 Attirer, connecter, convertir
Le système de contenu ATTRACT

07 L'offre qui se désire
Combler le GAP

08 Vendre sans forcer
Là où la vente se passe vraiment

09 Les 4 pièges qui te gardent invisible

10 La vision qui te fait tenir
La méthode 1 / 5 / 10

11 Ton plan des 7 prochains jours

12 Tu as deux choix

+ Bonus : 3 prompts IA prêts à l'emploi

01

ÉTAPE 01

Pourquoi personne ne te voit

Tu as entendu qu'il fallait « se nicher », mais tu as peur de fermer des portes ?
Alors tu élargis, tu lisses, et tu finis par écrire « j'accompagne les femmes à se sentir mieux ».
Et tu te demandes pourquoi personne ne réagit.

Quand tu parles à tout le monde, tu ne touches personne.

Sur Instagram, personne ne lit ton contenu en se demandant « est-ce que c'est bien ? ». La seule question que se pose la personne qui scrolle, en une seconde, c'est : **« est-ce que ça parle de moi ? »**

Si ton message pourrait s'adresser à n'importe qui, il ne s'adresse à personne. Ce n'est pas l'algorithme qui te cache. C'est ton message qui ne retient personne.

	MESSAGE FLOU	MESSAGE PRÉCIS
Ce que tu dis	« J'aide les femmes à aller mieux »	**« J'aide les mamans solo à se remettre au sport sans culpabiliser »**
Ce qu'elle pense	« C'est sympa. » Elle scrolle.	**« Attends… elle parle de moi. » Elle s'arrête.**
Ce qui se passe	Des vues, peu de messages	**Moins de monde, beaucoup plus de bonnes personnes**

Se spécialiser ne te ferme pas des portes. Ça t'ouvre **la bonne.** Et en pratique, une fois que tu es reconnue pour un sujet précis, des personnes « hors cible » viendront quand même vers toi. L'inverse n'arrive jamais.

Le test des 3 crans

Prends ton message actuel et descends de trois crans de précision. Chaque cran élimine du monde et rend la bonne personne plus visible :

01 **Le sujet :** perte de poids

02 **La personne :** perte de poids pour les femmes

03 **Sa situation :** pour les femmes qui travaillent

04 **Sa contrainte :** pour les femmes qui travaillent et ont des enfants, avec 20 minutes par jour

Tu viens de passer de « une parmi mille » à « celle qui me comprend ».

EXERCICE 01 · 10 MINUTES

Écris ta phrase « J'aide… à… » en descendant de 3 crans.

Aujourd'hui, je dis :

Cran 1 · Qui exactement ?

Cran 2 · Dans quelle situation ?

Cran 3 · Avec quelle contrainte ou quel résultat précis ?

Ma nouvelle phrase :

À RETENIR

La précision ne réduit pas ton marché. Elle rend ton message impossible à ignorer pour la bonne personne.

ÉTAPE 02

On achète qui tu es

Tu t'inspires de ce que font les autres ? Tu reprends les formats qui marchent, le ton qui plaît, les sujets « safe » ?

Tu gommes ce qui dépasse pour ne pas paraître « too much » ?

Voilà pourquoi tu ressembles à tout le monde.



Ta méthode peut se copier. Toi, non.

Ta cliente ne paie pas seulement pour ta méthode. Des méthodes, il y en a des centaines. Elle paie pour **ta façon de voir les choses**, ton énergie, ce que tu défends. C'est ton seul avantage que personne ne peut reproduire.

Si tu veux des clientes engagées, prêtes à investir dans un accompagnement premium, tu dois te montrer telle que tu es. Pas la version lissée pour plaire. La vraie.

Ton identité repose sur 3 piliers

PILIER 1

Tes valeurs

Ce qui est non négociable pour toi. Ta ligne rouge. C'est ce qui trie naturellement les bonnes clientes des mauvaises.

PILIER 2

Ton histoire

D'où tu viens, ce que tu as traversé, pourquoi tu fais ce métier. Pas pour te raconter : pour montrer ce qui te rend légitime.

PILIER 3

Tes convictions

Ce que tu penses fort, même si ça dérange. Surtout si ça dérange. C'est le pilier le plus oublié, et le plus puissant.

Pourquoi les convictions changent tout

Si tu dis la même chose que tout le monde dans ton domaine, tu es invisible. Les comptes qui marquent ont un **point de vue**. Ils osent contredire une idée reçue. Certaines personnes adhèrent à fond, d'autres partent. Parfait : celles qui partent n'étaient pas tes clientes.

EXEMPLES DE PHRASES QUI PRENNENT POSITION

- « Tu n'as pas besoin de poster tous les jours. Tu as besoin de savoir pourquoi tu postes. »
- « Une diète stricte ne t'apprendra jamais à manger. »
- « Ta voix n'est pas trop faible. On ne t'a juste jamais appris à t'en servir. »

Je sais ce qui te retient : « je ne veux pas trop parler de moi », « de quel droit je me mettrais en avant ? ». Te montrer, ce n'est pas de l'ego. Les femmes qui ont besoin de toi ne peuvent pas te choisir si elles ne te voient pas.

EXERCICE 02 · 15 MINUTES

Pose ton identité sur le papier.

Mes 3 valeurs non négociables :

Le moment de mon histoire qui explique pourquoi je fais ce métier :

« Contrairement à ce que tout le monde dit dans mon domaine, moi je crois que… »

À RETENIR

Ta phrase qui prend position, c'est le début de ta marque. Garde-la : elle servira à l'étape 11.

03

ÉTAPE 03

Connais-la mieux qu'elle-même

Tu crées du contenu sans savoir vraiment à qui tu parles ?
Tu changes de sujet chaque semaine parce que tu n'es pas sûre de ce qui l'intéresse ?
Normal. On ne peut pas toucher quelqu'un qu'on ne connaît pas.

« J'ai l'impression que tu parles de moi. »

C'est la phrase que tu veux entendre. Et elle n'arrive jamais par hasard. Elle arrive quand tu sais exactement ce qui se passe dans la tête et dans le cœur de ta cliente.

Ta cliente idéale n'est pas une case marketing du type « femme, 30-45 ans, CSP+ ». C'est une vraie personne, avec ses phrases, ses peurs, ses nuits courtes. Quand tu la connais vraiment, tu n'as plus besoin de « chercher des idées de contenu ». Tu écris ce qu'elle a déjà dans la tête.

> La plupart des entrepreneures s'arrêtent à la surface. La vraie connexion est toujours 3 crans plus bas.

Les 3 questions les plus importantes

1

Sa vraie douleur

Pas « je veux plus de clientes ». Ce qu'il y a dessous : « j'ai peur d'avoir quitté mon CDI pour rien ».

2

Ce qu'elle cache

La pensée qu'elle n'ose dire à personne, même pas à elle-même. C'est là que se joue la connexion.

3

Ce qu'elle a essayé

Et pourquoi ça n'a pas marché. Ça t'évite de lui resservir exactement ce qui l'a déjà déçue.

La méthode la plus sous-estimée : lui parler

Dans ATTRACT, la première chose que je demande à mes clientes, c'est d'appeler 2 ou 3 personnes qui ressemblent à leur cliente idéale. Pas pour vendre. Pour écouter. Et surtout : **noter leurs mots exacts**, pas ta

reformulation. Ce sont ces mots qui deviendront tes accroches.

LE MESSAGE À ENVOYER (À ADAPTER)

« Coucou [prénom], je mène en ce moment une série d'échanges avec des femmes qui [ta cible : veulent être plus visibles sur Instagram, par exemple]. L'idée, c'est d'écouter ton expérience et tes besoins, sans rien te vendre. Ça durerait 20 à 30 minutes en visio, et je t'offre [un petit conseil personnalisé] pour te remercier. Ça te dirait ? »

8 questions pour aller sous la surface

Extraites de mon questionnaire ATTRACT. Pose-les, puis tais-toi et écoute. Les meilleures réponses arrivent après un silence.

01 Raconte-moi comment tu en es arrivée là aujourd'hui.

02 Tu te souviens d'un moment précis où tu t'es dit : « stop, je dois trouver une solution » ?

03 Qu'est-ce que tu as déjà essayé, et qu'est-ce que ça t'a apporté (ou pas) ?

04 Qu'est-ce que tu n'oses pas dire à ton entourage à propos de ta situation ?

05 Quelles pensées reviennent en boucle le soir ?

06 Quand tu dis « je veux [résultat] », qu'est-ce que ça représente vraiment pour toi ?

07 Si rien ne change dans 12 mois, qu'est-ce que ça implique pour toi ?

08 Si tu devais résumer ta situation en une phrase, ce serait quoi ?

EXERCICE 03 · 20 MINUTES

Réponds aux 3 questions clés, avec ses mots à elle.

Sa vraie douleur (sous la surface) :

Ce qu'elle se cache :

Ce qu'elle a déjà essayé, et pourquoi ça n'a pas marché :

Les 2 personnes que je vais contacter cette semaine :

À RETENIR

Avant de vouloir lui vendre quelque chose, commence par l'écouter.

04

ÉTAPE 04

Parle à ce qu'elle croit déjà

Tu donnes de super conseils, tu te donnes à fond… et ça tombe à plat ?
Ce que tu dis est juste, et pourtant personne ne réagit ?
Le problème n'est pas ton conseil. C'est le moment où tu le donnes.

Le contenu qui vend n'est pas celui qui a raison.

Ta cliente a des croyances bien ancrées. Des phrases qui tournent dans sa tête et qu'elle ne remet même pas en question. Ce sont elles qui décident de ses achats, pas tes arguments.

Si tu attaques une croyance, elle se ferme. Si tu parles **depuis** sa croyance, elle t'écoute. Les gens ne veulent pas d'abord apprendre comment faire. Ils veulent comprendre **pourquoi ils n'y arrivent pas**.

La structure en 3 temps

1 · REFLÉTER

Tu dis ce qu'elle pense déjà.
« Tu penses que si tu ne postes pas tous les jours, l'algorithme te punit… »

2 · REJOINDRE

Tu valides ce qu'elle ressent.
« …et franchement, c'est épuisant. »

3 · OUVRIR

Tu proposes un autre chemin.
« Et si le problème n'était pas la fréquence ? »

Tu as remarqué ? C'est exactement la structure de l'introduction de ce guide. Je t'ai reflété ta croyance (« il faut poster tous les jours »), rejointe (« ça t'épuise »), puis j'ai ouvert (« ce n'est pas un problème de quantité »).

Avant / après

DOMAINE	CONTENU QUI EXPLIQUE	CONTENU QUI REJOINT
Fertilité	« Les 4 phases du cycle féminin »	**« Tu souris quand ton amie t'annonce sa grossesse. À l'intérieur, tu t'effondres. »**
Business	« Pour réussir, il faut travailler beaucoup »	**« Tu peux gagner plus sans travailler plus. Voici ce qui change. »**
Bien-être	« L'anxiété se travaille sur plusieurs mois »	**« 3 outils que mes clientes utilisent pour se sentir plus légères en 5 minutes par jour »**

D'abord l'émotion, ensuite un peu de technique, simplifiée. Jamais l'inverse.

EXERCICE 04 · 10 MINUTES

Écris 3 croyances de ta cliente, et retourne-les.

Croyance 1 · « Elle pense que… »

Ce que je lui réponds (refléter, rejoindre, ouvrir) :

Croyance 2 · « Elle pense que… »

Ce que je lui réponds :

Croyance 3 · « Elle pense que… »

À RETENIR

Quand une personne se sent vue, elle écoute. Quand elle se sent comprise, elle reste.

ÉTAPE 05

05

Ton profil en 3 secondes

Un de tes contenus marche bien, des gens arrivent sur ton profil… et repartent aussitôt ?

Ta bio dit « coach · maman · ☕ · ici pour t'aider » ?

Alors tu perds des clientes tous les jours.



Le problème n'est pas ton contenu. C'est ton profil.

Un contenu qui attire sans un profil qui retient, c'est un seau percé : tu remplis en haut, ça fuit en bas. Ton profil n'est pas une carte de visite. C'est l'endroit où, en 3 secondes, une inconnue décide si elle reste.

L'AUTO-VÉRIFICATION EXPRESS

Regarde ton profil comme si tu ne te connaissais pas. Réponds honnêtement :

- ☐ Je comprends ce que tu fais en 3 secondes.
- ☐ Je sais pour qui c'est.
- ☐ Je sais comment travailler avec toi.
- ☐ J'ai envie de t'écrire.

Plus de 2 cases vides ? Ne crée aucun nouveau contenu avant d'avoir corrigé ton profil.

Les 5 éléments, dans l'ordre où l'œil les lit

01 **La photo.** Ton visage, net, lumineux, lisible en miniature. Pas de logo, pas de paysage. La vraie question : « est-ce que j'aurais confiance pour lui écrire ? ». Si tu hésites, change-la.

02 **Le nom (le champ en gras, pas le @).** Ajoute ton domaine : « Julie » devient « Julie · Sommeil de bébé ». C'est ce champ qui te rend trouvable dans la recherche.

03 **La bio.** Elle ne raconte pas ta vie, elle crée une compréhension immédiate et une envie d'agir. Structure ci-dessous.

04 **Le lien.** Une seule direction, pas un menu de 15 liens. Un appel découverte, une ressource offerte, une page qui présente ton accompagnement.

05 **Les stories à la une.** Ton mini-site, celui qui rassure pendant que tu dors.

La bio ATTRACT en 3 lignes

LA STRUCTURE

Ligne 1 · La transformation : ce que tu aides à obtenir, pas ce que tu fais.
Ligne 2 · Pour qui + ta différence : ta cible et ton angle.
Ligne 3 · L'action : quoi faire maintenant.

EXEMPLE

Des repas simples, sans régime ni frustration
Pour les mamans actives qui n'ont plus le temps
Mon guide offert pour commencer ↓

Tes stories à la une : 5 suffisent

STORY À LA UNE	SON RÔLE	CE QUE TU Y METS
Commencer ici	Faire comprendre ton univers en moins d'une minute	Qui tu aides, quel problème tu règles, quoi faire ensuite
Résultats	Déclencher la confiance	Messages, retours, mini études de cas avec le contexte
À propos	Créer le lien	Ton parcours, ton déclic, pourquoi tu fais ce métier
Conseils	Montrer ton expertise	Erreurs courantes, prises de conscience, mini méthodes
Coulisses	Humaniser sans te diluer	Ton quotidien d'entrepreneure, ton organisation

LE CONSEIL QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

Pour tes résultats clientes, ne poste jamais une capture d'écran seule. Raconte l'histoire : **sa situation de départ, ce qui bloquait, ce que vous avez mis en place, son résultat**, puis son message. Le contexte transforme un avis en preuve.

Tes 3 posts épinglés

POST 1

Ton expertise

Le problème que tu règles, l'erreur que fait ta cliente, le déclic, ta solution.

POST 2

La preuve

Un témoignage client avec son contexte, ou ton histoire reliée à ta méthode.

POST 3

La valeur + l'action

Un contenu qui l'aide maintenant et l'invite clairement à t'écrire.

EXERCICE 05 · 15 MINUTES

Le test des 3 secondes.

Montre ton profil à quelqu'un qui ne te connaît pas pendant 3 secondes, puis cache l'écran. Demande-lui : « pour qui je suis là, et qu'est-ce que je propose ? ». S'il hésite, réécris ta bio avec la structure en 3 lignes.

Ligne 1 · Transformation :

Ligne 2 · Pour qui + ma différence :

Ligne 3 · Action :

À RETENIR

Ces 3 secondes de profil valent plus que 10 Reels.

06

ÉTAPE 06

Attirer, connecter, convertir

Un jour un conseil, le lendemain une story perso, puis plus rien pendant 5 jours ?
Ou l'inverse : tu donnes, tu donnes, et tu n'oses jamais parler de ton offre ?
Dans les deux cas, tu postes sans système.

Chaque contenu a un rôle. Un seul.

Tout ce que tu as posé avant (ta précision en 01, ton identité en 02, ta cliente en 03, ses croyances en 04) devient ta matière première. Tu n'as plus à chercher des idées. Tu as juste à donner à chaque contenu **un** de ces trois rôles :

ATTIRER

Pour les inconnues

Tu captes, tu fais réagir, tu montres ton point de vue. Tu ne vends pas : tu existes.

CONNECTER

Pour celles qui te découvrent

Ton histoire, tes coulisses, tes convictions. Tu passes de « un compte » à « une personne ».

CONVERTIR

Pour celles qui te suivent

Ton offre, tes résultats, une invitation claire. Sans t'excuser.

La plupart des entrepreneures restent bloquées sur un seul rôle : toujours « attirer » (des vues, zéro vente), ou toujours « connecter » (une jolie communauté qui n'achète pas). La visibilité qui rapporte, c'est faire tourner les trois.

La règle qui change tout

Les Reels ne servent pas à vendre. Ils servent à être vue par de nouvelles personnes. **La relation se construit en stories. La vente se déclenche en DM.**

FORMAT	SON RÔLE	CE QU'IL TE FAUT
Reels	Visibilité : toucher de nouvelles personnes	Un hook fort, une idée, un texte lisible sans le son
Stories	Relation : te voir, te comprendre, te faire confiance	3 à 5 stories par jour, 60 % proximité, 40 % valeur
DM	Vente : la conversation qui mène à l'appel	Des invitations claires et des réponses systématiques

Les 4 types de Reels ATTRACT

1 · ATTRACTION

Visibilité pure. 12 à 25 secondes. Une phrase forte, une idée, une punchline. Pas d'appel à l'action.

2 · ÉDUCATIF

Un problème, une idée centrale, une action. *« Si tu fais X et que ça ne marche pas, ce n'est pas un hasard. »*

3 · CONVERSION

Pour attirer des contacts qualifiés. 30 à 45 secondes. C'est le seul format à booster en publicité.

4 · IDENTIFICATION

Une scène vécue, une émotion nommée, une validation. Pas de conseil. Le plus puissant pour créer une communauté.

LE SCRIPT DE REEL CONVERSION EN 4 TEMPS

01 **Hook :** « Tu es [ta cliente] et tu galères avec [problème] ? »

02 **Perspective :** « On t'a dit que [croyance]. C'est vrai, mais incomplet. »

03 **3 actions :** « Fais A, puis B, puis C. »

04 **Invitation :** « Commente [MOT] et je t'envoie [ta ressource]. »



ÉTUDE DE CAS · SAHAR, NUTRITIONNISTE

Plus de clarté, pas plus de contenu.

Avec Sahar, on a travaillé son positionnement, son message, son identité visuelle et son image premium. On a aussi organisé deux sessions d'interview d'une heure en studio, qui lui ont donné de la matière pour de nombreux Reels et vidéos YouTube. Elle a lancé et vendu son programme premium.

2,7 M	445 k	~80 k
VUES SUR UNE VIDÉO	SUR UNE AUTRE	ABONNÉS AUJOURD'HUI

Son contenu n'a pas changé de quantité. Il a changé de clarté.

EXERCICE 06 · 10 MINUTES

Regarde tes 9 derniers posts.

Pour chacun, note A (attirer), C (connecter) ou V (convertir). Si un post n'a aucun rôle clair, c'est normal qu'il n'ait rien donné.

Mes 9 derniers posts : A ___ C ___ V ___ Sans rôle ___

Le rôle qui me manque le plus :

À RETENIR

Avant de publier : « ce contenu attire, connecte ou convertit ? » Si tu ne sais pas répondre, ne le publie pas.

07

ÉTAPE 07

L'offre qui se désire

Tu as une offre que tu trouves géniale, mais elle ne se vend pas ?
Tu as l'impression de devoir convaincre, argumenter, justifier ton prix ?
Si tu dois forcer, le problème n'est pas ton prix.

Personne n'achète le pont. On achète l'autre rive.

Ta cliente est au **point A** : sa situation actuelle, sa frustration. Elle rêve du **point B** : la situation qu'elle veut vivre. Ton offre, ce n'est pas « un programme de 8 semaines avec 12 modules ». C'est le pont entre les deux. Et ce qui la fait acheter, c'est l'autre rive.

La plupart des offres ne se vendent pas parce qu'elles décrivent le pont (le contenu, la durée, les modules) au lieu de montrer clairement le point B. Ça, c'est ce que j'appelle **le GAP** : l'écart entre ce qu'elle vit et ce qu'elle veut, et tout ce qui les sépare.

Les 5 questions pour trouver ton GAP

01 Qu'est-ce qu'elle vit aujourd'hui et qu'elle ne supporte plus ?

02 Qu'est-ce qu'elle désire profondément mais n'ose pas formuler ?

03 Qu'est-ce qu'elle croit impossible pour elle ?

04 Qu'est-ce que ça lui coûte si rien ne change ?

05 Pourquoi maintenant, et pas dans 6 mois ?

Les 3 piliers d'une offre qui se vend

1

Un point B précis

Pas « tu vas te sentir mieux ». « Dans 3 mois, tu as une offre claire et tes premières clientes. »

2

Un format adapté

Ta cliente est débordée ? 40 heures de formation la feront fuir, même géniales.

3

Un modèle tenable

Un prix assumé, un paiement qui rassure, un rythme que tu peux tenir sans t'épuiser.

Ton audience n'est pas au même niveau

C'est l'erreur que je vois le plus. Une seule offre à 3 000 €, et une incompréhension totale quand la majorité de l'audience ne passe pas à l'achat. Ton audience se répartit à peu près ainsi :

PROFIL	PART	CE QU'ELLE VEUT	CE QU'ELLE ACHÈTE
Curieuse, en autonomie	~80 %	Comprendre, tester, petit budget	Guides, templates, mini formations
Débutante engagée	~17 %	Être guidée dans un cadre	Programme accompagné
Cliente prête	~3 %	Le résultat, maintenant	Mentorat 1:1, accompagnement premium

Ça ne veut pas dire que tu dois tout créer d'un coup. Ça veut dire que ton contenu doit savoir à qui il parle, et que ton offre premium s'adresse à une petite partie de ton audience. **Il te suffit de quelques clientes prêtes, pas de milliers d'abonnées.**

LÈVE LES RÉSISTANCES AVANT QU'ELLES BLOQUENT

Une offre qui se vend répond d'avance aux 4 freins : **la peur** (« et si ça ne marche pas pour moi ? »), **le timing** (« ce n'est pas le moment »), **l'énergie** (« je n'ai pas le temps »), **l'argent** (« c'est trop cher »). Réponds-y dans ta page, dans tes stories et dans ton appel.

EXERCICE 07 · 15 MINUTES

Écris ton GAP en une phrase.

Point A · Ce qu'elle vit (avec ses mots) :

Point B · Ce qu'elle veut, de façon mesurable :

Le frein principal à lever :

Ma promesse : « Je t'aide à passer de … à … en … »

À RETENIR

Le test : ta cliente idéale doit se dire « je serais bête de dire non ». Si elle peut hésiter tranquillement, ton offre n'est pas encore assez précise.

ÉTAPE 08

Vendre sans forcer

Vendre te met mal à l'aise ? Tu as peur de paraître insistante, de déranger ?

Alors tu donnes, tu donnes, et tu attends qu'on vienne te demander comment travailler avec toi.

Spoiler : on ne vient pas.



Ne pas proposer ton offre, c'est ça, le manque de service.

Si tu crois vraiment à la transformation que tu proposes, la garder pour toi n'a rien d'humble. Tu laisses des femmes galérer alors que tu as la solution.

Vendre sans forcer, ce n'est pas une technique de closing agressive. C'est ce qui se passe quand tout le reste est aligné : ta précision, ton identité, ta connaissance de ta cliente, ses croyances, ton offre. À ce stade, la vente n'est plus une bataille. C'est une invitation faite à celles qui sont déjà prêtes.

Concrètement, une vente alignée, c'est :

ASSUMER

Parler de ton offre clairement, régulièrement, sans t'excuser. Une fois par trimestre, personne ne l'entend.

MONTRER

Des résultats, des avant / après, des témoignages avec leur contexte. La preuve fait le travail que les arguments ne font pas.

INVITER

Dire exactement quoi faire : « envoie-moi INFO en DM », « le lien est en bio ». Une invitation floue ne se saisit pas.

Les ventes se font dans les conversations

01 **Provoque l'interaction.** Une question, un sondage, un « tu te reconnais ? » en story.

02 **Fais lever la main.** Celles qui répondent te disent qu'elles sont concernées.

03 **Ouvre la conversation en DM.** Pas de pitch. Tu poses des questions, tu écoutes, et seulement si c'est pertinent, tu proposes un appel.

ÉTUDE DE CAS · ALICE IVANOF

Pas une audience énorme. Une audience alignée.

<2 000 → 4 000	23	1 100
ABONNÉS	INSCRIPTIONS À SON LANCEMENT	LIKES SUR UNE PUBLICATION

Tu n'as pas besoin de 100 000 abonnées pour vendre. Tu as besoin de personnes qui te regardent vraiment, d'une offre qui répond à leur problème, et d'une invitation claire.

EXERCICE 08 · 5 MINUTES

Écris ton invitation.

Le mot-clé que les gens m'enverront en DM :

Ma phrase d'invitation : « Si tu veux ..., envoie-moi ... en DM »

09

ÉTAPE 09

Les 4 pièges qui te gardent invisible

Tu attends d'avoir le bon logo, le bon site, assez d'abonnées pour te lancer vraiment ?
Tu enregistres ta story 6 fois parce que ta voix « fait bizarre » ?
Ce ne sont pas des détails.

Aucun de ces pièges n'a à voir avec l'algorithme.

Ce sont les 4 pièges que je retrouve chez les entrepreneures les plus douées. Le point commun : ils viennent tous de la peur de se montrer pleinement.

PIÈGE 1

Vouloir plaire à tout le monde

À force de ne froisser personne, tu ne marques personne. Une marque claire attire certaines personnes et en éloigne d'autres. C'est normal, et c'est voulu.

PIÈGE 2

Te cacher derrière tes visuels

Passer 3 semaines sur ta charte graphique sans jamais montrer ton visage, c'est de la procrastination déguisée en travail. Ta cliente veut te voir, toi.

PIÈGE 3

Attendre d'être prête

Tu ne le seras jamais. La confiance ne vient pas avant l'action, elle vient de l'action. Tu deviens légitime en avançant.

PIÈGE 4

Copier celles qui réussissent

Reproduire le format d'une autre, c'est devenir sa version fade. Ce qui marche chez elle, c'est elle. Ce qui marchera chez toi, c'est toi.

> Ces 4 pièges ont freiné plus de business que n'importe quelle mauvaise stratégie.

EXERCICE 09 · 2 MINUTES

Lequel est ton piège principal, là, maintenant ?

Sois honnête. Celui que tu n'as pas envie de nommer, c'est souvent le bon.

Mon piège :

Ce qu'il me coûte concrètement aujourd'hui :

La première action pour en sortir :

10

ÉTAPE 10

La vision qui te fait tenir

Tu démarres pleine d'élan, tu postes trois semaines à fond, puis tu t'essouffles ?
Tu attends d'avoir la motivation pour t'y remettre ?
La motivation va et vient. La vision, elle, reste.

La régularité bat le talent. Et la vision rend la régularité possible.

Sur Instagram, les résultats arrivent rarement en 15 jours. C'est un marathon, pas un sprint. Ce qui fait la différence, ce n'est pas l'algorithme, c'est ta régularité. Et ce qui te rend régulière les jours sans envie, c'est une vision assez claire pour te tirer vers l'avant.

La méthode 1 / 5 / 10

Inspirée de MJ DeMarco, c'est celle que j'utilise pour moi et avec mes clientes. Tu la remplis du plus loin au plus proche :

HORIZON	LA QUESTION À TE POSER
Dans 10 ans	Ta vie rêvée : perso, pro, financière. Sans te censurer. C'est ton phare.
Dans 5 ans	Où dois-tu être pour être à mi-chemin de ce phare ?
Dans 1 an	Quelles fondations poser pour être sur la trajectoire des 5 ans ?
30 prochains jours	Ta seule vraie to-do. Chaque action passe le filtre : « est-ce que ça me rapproche de mon objectif à 1 an ? » Si non, tu ne la fais pas.

LE POINT QUI CHANGE TOUT

Ne note que ce que tu peux **contrôler**. Un nombre de ventes ? Tu ne le contrôles pas. Le nombre de contenus publiés, d'histoires clientes racontées, d'invitations lancées, de conversations ouvertes ? 100 % toi. Tu pilotes tes actions. Les résultats suivent. Chaque fin de mois : ce que j'avais prévu, ce que j'ai fait.

ÉTUDE DE CAS · CLARA, COACH VOCALE

Un post viral, c'est un moment. Une vision tenue, c'est une activité.

1,9 M

VUES SUR UN POST

Au-delà de ce post, ce qui compte pour Clara, c'est un business qui a franchi un cap et une activité qui dure. Elle est en train de devenir LA référence de la coach vocale. Ça ne vient pas d'un coup de chance. Ça vient d'une direction tenue dans le temps.

EXERCICE 10 · 15 MINUTES

Remplis ton 1 / 5 / 10.

Dans 10 ans :

Dans 5 ans :

Dans 1 an :

Mes 3 actions contrôlables des 30 prochains jours :

ÉTAPE 11

11

Ton plan des 7 prochains jours

Tu as lu jusqu'ici, tu te dis « c'est tellement vrai »...

...et dans 20 minutes, tu seras retournée scroller sans rien changer ?

On ne finit pas sur de la théorie. On finit sur des actions.



7 jours, une action par jour, moins d'une heure à chaque fois.

Pas « poste deux vidéos par jour ». Ça, c'est la logique du volume, et on a passé tout le guide à la démonter. Voici le plan que je donnerais à une cliente qui démarre cette semaine :

Jour 1	**Ta phrase précise.** Termine l'exercice 01. Ta phrase « J'aide... à... » doit faire dire à une seule personne : « c'est moi ».
Jour 2	**Ton profil.** Photo, nom avec ton domaine, bio en 3 lignes, un seul lien. Fais le test des 3 secondes.
Jour 3	**Ta cliente.** Envoie le message d'échange à 2 personnes qui ressemblent à ta cliente idéale. Note leurs mots exacts.
Jour 4	**Ton contenu qui prend position.** Poste UN contenu à partir de ta phrase « Contrairement à ce que tout le monde dit... ». Face caméra ou à l'écrit. Imparfait, mais publié.
Jour 5	**Tes stories.** 3 à 5 stories : une de ton quotidien, une de coulisses, un conseil, et un sondage « tu te reconnais ? ».
Jour 6	**Ta preuve.** Raconte l'histoire d'une cliente (avant, ce qui bloquait, ce que vous avez fait, le résultat) en story ou en post. Pas encore de cliente ? Raconte ton propre déclic.
Jour 7	**Ton invitation.** Termine par une invitation claire : « Si tu veux ..., envoie-moi [MOT] en DM. » Puis réponds à chaque message.

TON ENGAGEMENT

Quand commences-tu ?

- [ ] J'ai bloqué mes 7 créneaux dans mon agenda.
- [ ] J'ai écrit ma phrase précise et ma phrase qui prend position.
- [ ] Je publie même si ce n'est pas parfait.

Date de mon jour 1 :

À RETENIR

Le piège maintenant, ce serait de « le faire au propre plus tard ». Plus tard n'existe pas.

12

ÉTAPE 12

Tu as deux choix

Tu as maintenant les 12 étapes : pourquoi on ne te voit pas, comment être précise, parler à ta cliente, poser ton offre, vendre sans forcer et tenir dans la durée.

Il reste une décision.

Le bon moment n'arrivera pas tout seul.

CHOIX 1

Tu refermes ce guide

Rien ne change. Tu continues à poster au feeling, à essayer de plaire à tout le monde. Tu regardes d'autres femmes, pas plus douées que toi, prendre la place que tu aurais pu prendre. Et tu attends un « bon moment » qui ne vient jamais.

CHOIX 2

Tu décides d'être choisie

Tu poses ta précision, ton point de vue, ton offre. Les bonnes personnes commencent à t'écrire. Ton business arrête de dépendre de la chance et de l'algorithme.

Si tu choisis la deuxième option, sache une chose : tu n'es pas obligée de le faire seule.

Ce guide t'a donné le quoi et le pourquoi. Le comment exact, adapté à ton business, c'est ce qu'on construit ensemble en mentorat : creuser ta cliente en profondeur, construire ton offre premium pièce par pièce, ton image, ton contenu, ta façon de vendre, et la structure qui te permet de tenir.

ÉTUDE DE CAS · LISE, LE ZESTE DE LISE

Pas en postant plus. En devenant clairement elle-même.

<3 k → 57 k
ABONNÉS

1,3 M
VUES SUR UNE PUBLICATION

Lise n'a pas multiplié les contenus. Elle a affirmé qui elle était et à qui elle parlait. C'est exactement ce qu'on construit avec la méthode ATTRACT.

L'APPEL DÉCOUVERTE, COMMENT ÇA SE PASSE

- **Un échange en visio, offert, avec moi.** Pas avec une équipe commerciale.
- On regarde où tu en es : ton message, ton profil, ton offre, ce qui bloque.
- Tu repars avec une vision claire de tes prochaines étapes, que tu travailles avec moi ou non.
- Si on sent toutes les deux que le mentorat est la bonne suite, je te le présente. Sinon, je te le dis aussi.

BONUS

3 prompts IA pour aller plus vite

L'IA ne remplace pas ta réflexion : elle l'accélère, à condition de lui donner de la matière. Utilise ces prompts dans ChatGPT ou Claude **après** avoir fait les exercices 01 à 04. Remplace tout ce qui est entre crochets.

PROMPT 1 · TA BIO INSTAGRAM

Agis comme une experte des réseaux sociaux pour mon entreprise. Rédige 10 bios Instagram de 150 caractères maximum. J'accompagne [ma cliente idéale, avec ma phrase précise de l'exercice 01] à [résultat précis] pour qu'elles puissent [désir profond]. Concentre-toi sur la transformation, pas sur mon métier. Chaque bio tient en 3 lignes : ligne 1 la transformation, ligne 2 pour qui et ma différence, ligne 3 une action claire. Chaque ligne commence par un emoji utile. Langage simple, zéro jargon marketing. Intègre ces mots-clés : [mots-clés].

PROMPT 2 · 7 SUJETS DE CONTENU QUI TOUCHENT

Je veux créer du contenu Instagram qui attire mes clientes idéales. J'accompagne [ma cliente idéale] à [résoudre ces problèmes] pour [atteindre ces résultats]. Voici ce que j'ai appris en l'écoutant, avec ses mots : [colle tes notes de l'exercice 03]. Liste les 7 principaux sujets sur lesquels je devrais créer du contenu. Pour chaque sujet, fais un tableau avec : 3 erreurs courantes, 3 peurs, 3 désirs, 3 frustrations. Décris chaque point en 2 phrases, de façon très précise, en reprenant son vocabulaire.

PROMPT 3 · UN REEL D'IDENTIFICATION

Tu es une créatrice de contenu experte en narration et en psychologie. Ma cible : [description précise]. Son problème au quotidien : [situation]. Ses émotions dominantes : [émotions]. Ce qu'elle n'ose pas dire à voix haute : [pensée intime]. Écris un script de Reel de 30 à 45 secondes qui raconte une scène de sa vie, à la deuxième personne (« tu »), avec des phrases courtes, qui nomme ses émotions et se termine par une validation, sans conseil ni appel à l'action. Ton direct mais juste. Une seule idée centrale. Propose ensuite 5 hooks alternatifs pour la première phrase.

LE RÉFLEXE À GARDER

Relis toujours ce que l'IA te propose avec une question : « est-ce que ma cliente dirait ça avec ces mots-là ? ». Si non, réécris. Ta voix reste ton avantage.



LA SUITE

Tu veux qu'on regarde ta situation ensemble ?

Réserve ton appel découverte offert. Un temps pour faire le point sur ta visibilité, ton offre et ce qui te sépare de tes prochaines clientes. Tu repars avec tes priorités, quoi que tu décides ensuite.

Réserver mon appel découverte →

calendly.com/nedjmasahraoui/appel-decouverte