


BIBA PEDRON

5 Étapes Simples

Pour Booster Votre Business
Sans Stress Technique






Bienvenues, femmes entrepreneures motivées et impactantes !

Êtes-vous prêtes à donner un coup de fouet à votre business en ligne sans vous laisser freiner par la technique ? Je comprends que s'aventurer dans le monde digital et numérique peut être intimidant, mais n'ayez pas peur. Dans cet ebook gratuit, je vous guiderai à travers **5 étapes simples pour vous aider à surmonter l'obstacle de cette technique, qui vous freine et à porter votre business vers de nouveaux sommets.**

À la fin de cet ebook, vous réaliserez que démarrer votre activité en ligne est plus facile que vous ne l'avez jamais imaginé, même si vous n'êtes pas une experte en technique et que vous n'avez pas de site internet ou de tunnels de vente sophistiqués. Alors, commençons ensemble ce voyage passionnant !



Chapitre 1 :

Clarifier sa vision

Bienvenue à la première étape de votre passionnant voyage dans le monde des affaires en ligne. **Clarifier votre vision.** Dans ce chapitre, je me pencherai sur les bases essentielles qui détermineront le chemin de votre réussite. N'oubliez pas que tout commence par une vision claire.

Le pouvoir d'une vision claire

Imaginez un bateau qui navigue sur un vaste océan. Qu'est-ce qui le guide en toute sécurité vers sa destination ? C'est la vision du capitaine - une image mentale de la fin du voyage, de la route à suivre et des défis à relever. De la même manière, votre vision est le capitaine du navire de votre entreprise en ligne. Elle façonne votre chemin et vous aide à naviguer dans les eaux numériques et digitales.

Définir vos objectifs

Votre vision commence par la définition de vos objectifs. Que voulez-vous réaliser avec votre activité en ligne ? Qu'il s'agisse de l'indépendance financière, d'un impact positif ou simplement de la poursuite de votre passion, vos objectifs sont le carburant qui vous propulse vers l'avant.

Exercice: Vos objectifs commerciaux

Prenez le temps de noter vos objectifs commerciaux. **Faites en sorte qu'ils soient Spécifiques, Mesurables, Réalisables, et Temporels (SMART).** Vous saurez ainsi clairement ce que vous cherchez à obtenir.

Spécifiques : Que voulez-vous obtenir exactement ?

Mesurables : comment allez-vous suivre vos progrès ?

Accessibles : vos objectifs sont-ils réalistes compte tenu de vos ressources actuelles ?

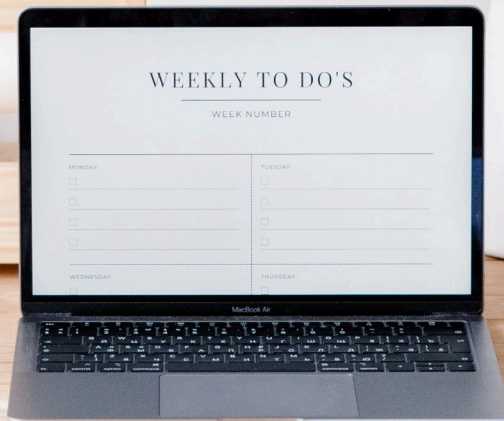
Réalistes : Vos objectifs correspondent-ils à vos valeurs et à vos aspirations ?

Temporels : Limité dans le temps : quand prévoyez-vous d'atteindre chaque objectif ?



**“Il faut 20 ans pour connaître
le succès du jour au
lendemain.”**

Eddie Cantor



Chapitre 2 :

Simplifiez votre boîte à outils technique

Bienvenue à la deuxième étape de votre voyage : **Simplifier votre boîte à outils technique**. Il est tout à fait normal de se sentir dépassé par la technique et la technologie, surtout lorsqu'on démarre une activité en ligne. Mais n'ayez crainte, car dans ce chapitre, je vous montrerai que l'adoption de la technique peut être plus facile et plus efficace que vous ne l'auriez jamais imaginé.

Embrasser la technique sans crainte

Il est courant d'entendre des expressions telles que « technophile » ou « génie de la technique », ce qui peut vous donner l'impression que vous devez être une magicienne de la technique pour réussir en ligne. En réalité, vous n'avez pas besoin de l'être. Je vais faire tomber les barrières du jargon technique et vous montrer que cette technique n'est qu'un outil et que vous pouvez l'utiliser en toute confiance.

Outils et plateformes conviviaux

L'internet regorge d'outils et de plateformes conçus pour simplifier le marketing en ligne. Dans cette section, je vous présenterai une sélection d'options conviviales qui peuvent vous aider à développer votre présence en ligne sans vous casser la tête. Ces outils sont comme des membres d'équipage fidèles, prêts à vous assister dans votre voyage numérique.

Plateforme de tunnels de vente

- **[SystemeIO](#)**
Systeme.io est aujourd'hui reconnu comme l'une des plateformes les plus complètes et simples d'utilisation. Mais aussi la moins chère. Incluant un autorépondeur, pour les envois d'emails, les tunnels de vente avec des modèles prêts à l'emploi, et un programme d'affiliation. Vous avez donc tout ce dont vous avez besoin centralisé au même endroit pour construire ou développer votre entreprise en ligne. Et aussi une seule facture.

Vous avez la possibilité de commencer avec un compte gratuit et de le faire évoluer par la suite en fonction de vos besoins. Le compte gratuit offre les fonctionnalités suivantes : 3 tunnels, 2000 contacts, 1 communauté, 1 blog, 1 formation en ligne, un nombre illimité d'emails, 1 programme d'affiliation et une assistance 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Si vous choisissez un plan de paiement annuel, ils faciliteront la migration de toutes vos pages et de votre blog et site sans frais supplémentaires.

- **StandOutFunnels**

StandOutFunnels est la 1ere plateforme conçue par 2 femmes entrepreneures américaines, pour des femmes entrepreneures. Cela reprend les mêmes fonctionnalités, que système.io, plus l'intégration de l'intelligence artificielle, pour la rédaction de vos ebooks, de vos emails et post pour les réseaux sociaux, mais aussi pour la création de vos webinaires et de vos formations. Leur assistante artificielle A.I.D.A « Artificiel Intelligence Digital Assistant » a été formé pour maitriser le business en ligne et les besoins des femmes entrepreneures.

StandOutFunnels est intégralement en anglais et plus cher car plus complet.

Bien sûr il existe bien d'autres plateformes comme :

Learnybox, Steppyz, Kartra, Keap/infusionsoft, Simplero, Go High Level pour n'en nommer que quelques unes. Mais plus cher et/ou moins simple d'utilisation pour des débutants.

Gestion des médias sociaux

Buffer, Hootsuite, Loomly, Sprout Social, vous permette de programmer et gérer vos publications sur les médias sociaux sur plusieurs plateformes. Ce sont des outils complets de gestion des médias sociaux pour les entreprises et les agences.

Email Marketing Pour centralier vos envois de campagnes d'emails ou de newsletters

- **StandOutFunnels**
- **SystemeIO**

- **Mailchimp** - Plate-forme de marketing par courriel conviviale avec des fonctions d'automatisation.
- **ConvertKit** - Idéal pour les blogueurs et les créateurs de contenu qui cherchent à augmenter leur audience.

Création de contenu

- **StandOutFunnels** - StandOutFunnels est une plateforme IA tout-en-un, qui comprend une création de contenu, pour la rédaction de vos ebooks, de vos emails et post pour les réseaux sociaux, mais aussi pour la création de vos webinaires et de vos formations
- **ChatGPT** - ChatGPT (Chat Generative Pre-trained Transformer) est un chatbot développé par OpenAI. Il permet aux utilisateurs d'affiner et d'orienter une conversation vers la longueur, le format, le style, le niveau de détail et la langue souhaités. Cela vous permet d'écrire le contenu de vos emails, post, articles, ebooks, livres, sondages des formations, webinaires, formations. Le principe consiste à faire des demandes très précises selon ce que l'on veut en indiquant la cible à qui l'on s'adresse. Ce qui se nomme des « Prompts »
- **evyAI** - evyAI est un assistant IA de LinkedIn qui vous aide à créer des commentaires personnalisés, à rédiger des post et à répondre aux messages privés. Cette extension Chrome est conçue pour aider les utilisateurs de LinkedIn à créer un contenu plus engageant et optimisé afin d'améliorer leur visibilité et leurs opportunités de réseautage sur la plateforme.
- **Canva** - Créez facilement des graphiques époustouflants, des messages pour les médias sociaux, etc.

Analyses et informations

- **Google Analytics** - Pour comprendre les performances et l'audience de votre site web.
- **Social media analytics** - La plupart des plateformes proposent des analyses intégrées pour suivre l'engagement.

Expérience pratique

Pour vous aider à démarrer, je vous guiderai tout au long du processus de mise en place d'une présence en ligne de base à l'aide de l'un des outils

conviviaux mentionnés ci-dessus. Vous verrez que la création d'un tunnel de vente, la gestion des réseaux sociaux et l'envoi de campagnes d'emailing peuvent être simples et, osons le dire, amusants !

Encore plus simple - Déléguer la technique

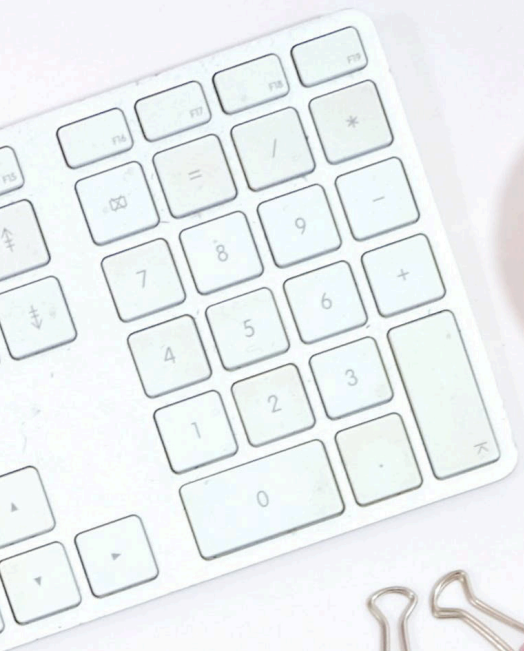
Depuis des années ayant travaillé avec des freelances de partout dans le monde, pour la gestion de mes sites, blogs, réseaux sociaux et visuels, j'ai toujours recommandé de nombreuses personnes. Mais aujourd'hui il y a encore plus de demandes, et mes freelances ne savent plus où donner de la tête.

En comme indiqué au début de cette ebook, je n'aime pas la technique, ni faire des tunnels de ventes ni faire des visuels, n'ayant pas un esprit créatif non plus, ni éditer des vidéos, etc... et que je n'ai pas de patience pour apprendre, car je préfère déléguer afin de me consacrer uniquement à mon métier de coach et servir mes clientes.

Conclusion

À la fin de ce chapitre, vous aurez compris que la gestion de votre présence en ligne ne doit pas être une tâche insurmontable. Avec les bons outils et les bonnes plateformes à votre disposition, la technologie devient votre alliée et non votre ennemie. Vous pouvez naviguer dans le paysage numérique en toute confiance et, dans les chapitres suivants, je continuerai à vous transmettre des conseils et des stratégies pour réussir en ligne.

Préparez-vous donc à retrousser vos manches et à plonger dans le monde de la technique conviviale. Votre activité en ligne est sur le point de faire un grand bond en avant !



“Si vous voulez des résultats différents, ne faites pas les mêmes choses encore et encore.”

Albert Einstein

Chapitre 3 :

Élaborer un contenu convaincant

Dans ce chapitre, vous découvrirez **le pouvoir des mots et des images pour capter l'attention de votre public**, instaurer la confiance et stimuler les ventes. Vous n'avez pas besoin d'être une spécialiste des mots ou une conceptrice - je vais simplifier le processus pour que vous puissiez rédiger un contenu convaincant.

L'importance d'un contenu convaincant

Imaginez votre présence en ligne comme une conversation avec votre public. Ce que vous dites et la manière dont vous le dites sont importants. Votre contenu est la voix qui communique votre message, vos valeurs et vos solutions. Un contenu attrayant peut transformer un visiteur occasionnel en un client fidèle. C'est ce que j'appelle **passer de conversation à conversation sans vendre**.

Comprendre les besoins de votre public

Avant de vous lancer dans la création de contenu, il est essentiel de comprendre les besoins et les désirs de votre public. Revenez sur le profil client que vous avez élaboré au chapitre précédent. Quels sont leurs points faibles ? Quelles sont les questions qu'ils se posent ? Comment pouvez-vous leur apporter de la valeur et des solutions ?

Exercice : Créer des idées de contenu

Dressez une liste d'idées de contenu qui répondent aux besoins de votre public. Il peut s'agir d'articles de blog, de mises à jour sur les réseaux sociaux, de vidéos ou d'infographies. Réfléchissez à la manière dont votre contenu peut aider votre public à relever des défis ou à atteindre ses objectifs.

L'art de raconter des histoires (le storytelling)

L'être humain est fait pour réagir aux histoires. Partager votre parcours personnel ou professionnel peut créer un lien fort avec votre public. Les histoires rendent votre marque plus humaine et mémorable.

Voyez un exemple de storytelling dans mon livre « **M.D.R La Formule Gagnante Pour Réussir Sa Vie - La Chance n'Existe Pas, Elle se crée** »

[Cliquez ici pour accéder gratuitement aux 2 premiers chapitres du livre.](#)

Exercice : L'histoire de votre marque

Rédigez l'histoire de votre marque, en mettant en évidence votre parcours, votre personnalité, votre authenticité, votre unicité, vos valeurs et votre mission. Utilisez ce récit dans votre contenu pour établir un lien plus profond avec votre public.

Créer un impact visuel

Dans le paysage numérique actuel, les visuels jouent un rôle essentiel dans la création de contenu. Il n'est pas nécessaire d'être un designer pour créer un contenu visuellement attrayant. Des outils tels que Canva et Adobe Spark peuvent vous aider à produire des graphiques et des vidéos accrocheurs.

Si vous n'êtes tout simplement pas créative du tout, et que même Canva peut être un défi pour vous, comme c'est le cas pour moi 😊, il vous suffit de contacter un freelance sur ComeUp, Fiverr ou Upwork.

Il y a plus de 10 ans, j'ai trouvé ma designer grâce sur Fiverr, et notre collaboration perdure encore aujourd'hui. Ce qui distingue ce partenariat, c'est sa profonde familiarité avec ma personnalité, mon image de marque, (branding), ma philosophie et ma vision. Cette compréhension profonde imprègne chaque design qu'elle crée, qu'il s'agisse d'une couverture de livre, d'une couverture d'ebook, d'une mise en page de livre ou d'ebook, de

bannières de réseaux sociaux, de visuels de sommet ou de tout élément figurant sur mon site web, mes pages de vente et bannières sur les réseaux sociaux. Faire appel à un designer indépendant permet non seulement d'insuffler de la créativité dans vos projets, mais aussi de gagner un temps précieux, en veillant à ce que votre identité visuelle reste distinctive, contrairement à ceux qui s'appuient sur les banals modèles de Canva. Si l'intelligence artificielle (IA) a ses mérites, la touche humaine dans la collaboration reste inestimable.

Exercice : Création de contenu visuel

Expérimentez la création de contenus visuels, tels que des graphiques de réseaux sociaux ou de courtes vidéos, pour compléter votre contenu écrit. Les visuels peuvent renforcer l'engagement et transmettre des informations de manière plus efficace.

La cohérence est la clé

La cohérence est le secret d'un marketing de contenu réussi. La publication régulière d'un contenu de qualité permet à votre public de rester engagé et de revenir pour en savoir plus. J'explorerai les calendriers de contenu et les outils de planification pour vous aider à maintenir une présence en ligne cohérente.

Dans les prochains chapitres, j'approfondirai les stratégies permettant de diffuser efficacement votre contenu sur différentes plateformes. Votre présence en ligne est sur le point de devenir encore plus attrayante et percutante !

Conclusion

À la fin de ce chapitre, vous aurez acquis les connaissances et les outils nécessaires pour créer un contenu qui trouve un écho auprès de votre public et donne des résultats. La rédaction d'un contenu convaincant n'est pas réservée aux orfèvres ; il s'agit d'une compétence accessible à tous.

**“Faites des choses inconfortables
jusqu'à ce qu'il soit inconfortable
de ne pas les faire”**

Frank Kern



Chapitre 4 :

Se connecter et convertir

Félicitations pour avoir atteint l'étape 4 de votre parcours de business en ligne : **Se connecter et convertir**. Dans ce chapitre, vous découvrirez les secrets de la construction d'une présence en ligne solide grâce aux réseaux sociaux, au marketing par email et à d'autres stratégies clés. Vous apprendrez non seulement à entrer en contact avec votre public, mais aussi à le transformer en client fidèle.

Construire sa présence en ligne

Imaginez votre présence en ligne comme la version numérique de votre vitrine. Pour attirer des clients potentiels, vous devez créer un environnement accueillant et attrayant. Voici comment :

Exploiter la puissance des réseaux sociaux

Choisissez les bonnes plateformes : Identifiez les plateformes de réseaux sociaux sur lesquelles votre public cible passe son temps.

Partager un contenu de valeur : Utilisez le contenu que vous avez créé pour éduquer, divertir et engager votre public.

Interagir et répondre : Engagez-vous auprès de vos followers en répondant rapidement aux commentaires et aux messages. Prenez 15 minutes par jour, pour commenter, échanger, et créer des contacts.

Vous cherchez des idées pour publier chaque jour ? Inscrivez-vous à Google Alerts en mentionnant votre sujet et vos mots-clés, pour être informé des articles liés à votre sujet, que vous pourriez partager ou dont vous pourriez vous inspirer. Et le meilleur : c'est gratuit.

Vous vous demandez peut-être combien de fois par jour ou par semaine je dois publier sur les médias sociaux ?

Encore une fois, exploiter la puissance des réseaux sociaux est essentiel pour votre entreprise en ligne, mais il est tout aussi important de maintenir un calendrier de publication efficace. La fréquence idéale de publication peut varier en fonction de votre public, de votre secteur d'activité et de la plateforme. Examinons quelques lignes directrices générales pour Facebook, LinkedIn et Instagram afin de vous aider à obtenir un meilleur engagement et de meilleurs résultats :

Facebook:

- **Frequency:** Posting on Facebook 3-5 times a week is a good starting point. Consistency is key, so aim for a regular schedule that your audience can rely on. But at some point, when you will get used to it, it will be good to post at least twice a day.
- **Best Times:** Typically, weekdays during mid-morning and early afternoon tend to yield higher engagement. However, it's essential to consider your specific audience's habits.
- **Content Types:** Mix up your content with a variety of posts, including text updates, images, videos, and links. Experiment to see what resonates most with your followers.

LinkedIn:

- **Fréquence :** LinkedIn est un réseau professionnel, il est donc conseillé de publier au moins 2 à 3 fois par semaine. La qualité importe plus que la quantité.
- **Les meilleurs moments :** Les jours de semaine, en particulier du mardi au jeudi, sont généralement les meilleurs moments pour publier sur LinkedIn. Visez la fin de la matinée ou le début de l'après-midi.
- **Types de contenu :** Mettez l'accent sur la connaissance du secteur, les articles de leadership éclairés, les mises à jour de l'entreprise et les réalisations professionnelles. LinkedIn est une plateforme qui vous permet de mettre en valeur votre expertise.

Instagram:

- **Fréquence :** Instagram est plus rapide, il est donc recommandé de publier plusieurs fois par jour si vous avez le contenu et l'audience pour cela. Cependant, la qualité reste cruciale.
- **Les meilleurs moments :** Essayez de publier à des heures différentes pour trouver le moment où votre public est le plus actif. En général, les soirées et les week-ends ont tendance à avoir un taux d'engagement plus élevé.
- **Types de contenu :** Instagram est très visuel, donc donnez la priorité aux photos et aux vidéos qui attirent l'attention. Utilisez les Stories, les Reels et IGTV pour une approche dynamique.

N'oubliez pas qu'il s'agit de lignes directrices générales, et qu'il est essentiel de consulter vos analyses de réseaux sociaux pour affiner votre stratégie de publication. Chaque entreprise et chaque public peuvent avoir des préférences et des habitudes uniques.

Un moyen facile de rester sur la bonne voie et de s'assurer que vous savez toujours quoi publier et quand le faire, est de créer un calendrier éditorial.

En voici un exemple de calendrier éditorial sur une semaine :

Lundi : Démarrage motivant

Type de contenu : Citation inspirante

- Partagez une citation inspirante liée à l'esprit d'entreprise ou au développement personnel.
- Rédigez une courte légende encourageant votre public à saisir les opportunités de la semaine.
- Utilisez des hashtags pertinents tels que #Motivationdu Lundi ou #FemmesEntrepreneures #FemmesLeaders.

Mardi : Le conseil d'expert

Type de contenu : Postes éducatifs

- Partagez une astuce ou un conseil précieux lié à votre expertise.
- Proposez des étapes ou des idées réalisables qui peuvent être utiles à votre public.
- Encouragez l'engagement en posant une question ou en incitant les personnes qui vous suivent à partager leurs idées.

Mercredi : Partage de sagesse

Type de contenu : Partager un article de blog pertinent

- Partagez un article de blog bien rédigé qui correspond à votre secteur d'activité ou à votre niche.
- Ajoutez votre propre commentaire ou votre point de vue sur la valeur de ce contenu.
- Marquez ou mentionnez l'auteur ou la source pour favoriser les connexions.

Jeudi : Témoignage

Type de contenu : Témoignage d'un client ou histoire d'une réussite

- Mettez en avant la réussite d'un client ou partagez un témoignage positif.
- Montrez l'impact de vos produits ou services.
- Incluez un appel à l'action pour que les clients potentiels puissent vous contacter ou en savoir plus.

Vendredi : Amusant et personnel

Type de contenu : Histoire personnelle ou coulisses

- Partagez une anecdote personnelle ou un aperçu des coulisses de votre parcours entrepreneurial.
- Humanisez votre marque en révélant votre personnalité et vos intérêts.
- Encouragez l'interaction en demandant à votre public de partager ses projets pour le vendredi ou ses objectifs pour le week-end.

Samedi : Pleins feux sur les réseaux sociaux

Type de contenu : Mettre en avant une autre entrepreneuse ou entreprise

- Mettez en avant une autre femme entrepreneur ou une entreprise qui vous inspire.
- Expliquez pourquoi vous admirez leur travail et comment il est lié à votre public.
- Encouragez le réseautage et la collaboration en les étiquetant.

Dimanche : Dimanche de la stratégie

Type de contenu : Partager une stratégie ou un point de vue

- Proposez une approche stratégique ou un point de vue lié à votre niche.
- Encouragez la réflexion et la planification pour la semaine à venir.
- Invitez votre public à partager leurs propres stratégies ou objectifs.

Remarque : il est important de maintenir un calendrier de publication cohérent tout au long de la semaine. En outre, il convient d'utiliser des hashtags pertinents, de s'intéresser aux commentaires et de répondre rapidement aux messages afin de créer un sentiment d'appartenance à la communauté et d'attirer des prospects et des clients potentiels.

Ce calendrier éditorial établit un équilibre entre le contenu inspirant, les articles éducatifs, les histoires personnelles et les témoignages de clients, ce qui aide les femmes entrepreneures à se positionner en tant qu'expertes dans leur domaine tout en établissant un lien avec leur public à un niveau personnel. Pour obtenir les meilleurs résultats, adaptez le contenu à votre expertise unique et à votre secteur d'activité.

Exercice : À votre tour, créez votre propre calendrier éditorial.

Lundi

Mardi

Mercredi



Jeudi

Vendredi

Samedi

Dimanche

Voici quelques conseils supplémentaires pour une publication efficace sur les réseaux sociaux :

- 1. Utilisez les analyses :** Examinez régulièrement les informations fournies par chaque plateforme pour comprendre quand votre public est le plus actif et quel contenu est le plus performant.
- 2. Engagez-vous auprès de votre public :** Répondez aux commentaires, aux messages et engagez des conversations pour favoriser un sentiment de communauté. Créez des réponses aux commentaires, vous n'aurez plus qu'à les copier et les coller, sans perdre de temps.
- 3. Planifiez à l'avance :** Utilisez des outils de planification pour les réseaux sociaux tels que Buffer, Hootsuite, Loomly ou les fonctions de planification de la plateforme native pour planifier et automatiser les publications.
- 4. Test A/B :** Expérimentez différentes heures de publication, différents types de contenu et différentes légendes pour voir ce qui résonne le mieux auprès de votre public.
- 5. Restez pertinente :** Alignez votre contenu sur les tendances actuelles, l'actualité du secteur et les événements saisonniers pour rester pertinente et maintenir l'intérêt de votre public.
- 6. Surveillez et ajustez :** Évaluez en permanence vos performances sur les réseaux sociaux et soyez prête à ajuster votre stratégie de publication en fonction de ce que vous apprenez.

En suivant ces lignes directrices et en restant à l'écoute des préférences de votre public, vous pouvez maximiser l'engagement et les résultats sur Facebook, LinkedIn et Instagram.

Email Marketing

- **Constituez une liste d'adresses emails** - Recueillez les adresses emails des prospects intéressés, via un cadeau gratuit, un atelier, un webinaire, un quiz ou autre, afin d'établir une communication directe.
- **Segmentez votre liste** - Divisez votre liste d'adresses emails en groupes (appelés tags sur les plateformes) basés sur les intérêts et le comportement pour des messages plus personnalisés.
Exemple une liste des prospects, et une des clients, une liste par produit, atelier, webinaire...

Offrir de la valeur : Envoyez des contenus intéressants, des promotions et des offres exclusives à vos abonnés. Envoyez minimum un email par semaine, moins que ça, vous êtes juste invisible, c'est comme de publier sur les réseaux sociaux juste une fois par semaine.

Si vous avez peur de gêner vos lecteurs, dites-vous bien que même si vous ne leur envoyez pas d'emails, ils recevront toujours au moins une centaine d'emails par jour. Et les statistiques sont très claires, ceux qui vendent le plus sont ceux qui envoient le plus d'emails. Même si les gens se plaignent d'en recevoir trop, pour autant ils continuent d'acheter.

2 ressources que je recommande :

- **StandOutFunnels** - La Plateforme tout-en-un, pour tout faire : construire votre liste, envoyer vos emails, et campagnes, newsletters, tunnels de vente, créateur de contenu. Spécialement conçu pour les femmes entrepreneures.
- **SystemeIO** - Pour construire votre liste, vos emails, votre campagne, votre newsletter. Idéal pour les débutants qui peuvent commencer avec l'offre gratuite pour commencer et apprendre à mettre en œuvre tout cela.

Les secrets de la connexion

Établir un lien avec votre public ne se limite pas à diffuser votre message. Il s'agit de comprendre leurs besoins, de faire preuve d'empathie à l'égard des difficultés qu'ils rencontrent et de leur témoigner une véritable attention. Voici comment créer des liens :

Écouter et apprendre

- **Surveillez les conversations** : Soyez attentif à ce que votre public dit de votre secteur, de vos produits et de vos concurrents.
- **Enquêtes et commentaires** : Recueillez des informations par le biais d'enquêtes, sondages et de formulaires de retour d'information afin d'adapter vos offres.

La narration

Oui, votre narration est importante dans vos messages sur les réseaux sociaux, comme nous l'avons vu précédemment, mais elle l'est aussi dans vos emails.

- **Partager les réussites** : Mettez en avant les réussites de vos clients qui démontrent la valeur de vos produits ou services. Savez-vous qu'un témoignage représente 50 à 70% de la vente réalisée. Veillez donc à demander des témoignages par écrit ou, mieux encore, par vidéo, et à les

diffuser sur votre site web, vos pages web, vos pages de paiement, vos réseaux sociaux et vos emails. Il ne s'agit pas de se vanter, mais de montrer aux gens les résultats que vous apportez à vos clients, et comment vous résolvez leurs problèmes, voire transformer et influencer leur vie.

- **Humaniser votre marque** : Montrez le côté humain de votre entreprise à travers des histoires et du contenu sur les coulisses.

Convertir les prospects en clients, sans vendre

Transformer les prospects en clients fidèles est l'objectif ultime de votre présence en ligne. Pour y parvenir, vous avez besoin d'une stratégie bien pensée :

StandOutFunnels - Ils ont déjà tout construit pour vous. Il vous suffit de répondre à quelques questions dans leur système de création de contenu IA et vous recevez votre campagne d'e-mails en quelques secondes seulement.

Créer des tunnels de vente

Créer un tunnel de vente : Concevoir une séquence d'étapes qui guident les clients potentiels du premier contact jusqu'à l'achat..

- **StandOutFunnels** - Elles ont déjà tout construit pour vous. De nombreux modèles très féminin, avec des designs superbes et attrayants, pour vos pages de capture, pages de vente, pages de remerciement. Il vous suffit de répondre à quelques questions dans leur système de création de contenu IA, et vous obtenez votre campagne d'emails en quelques secondes.
Par contre c'est uniquement en anglais.
- **SystemeIO** - On trouve tout ce dont on a besoin pour créer ou développer son entreprise en ligne. Y compris : un autorépondeur, un générateur d'entonnoir avec des modèles prêts à l'emploi, une campagne d'emails, des emails, **sans le créateur de contenu AI.**
- C'est parfait pour les débutants ou si vous n'avez pas un gros budget, avec leur version gratuite qui permet déjà de faire beaucoup. Et vous pouvez toujours mettre à niveau en fonction de vos besoins.

Et coupler avec ChatGPT pour la rédaction de vos textes.

Créer des Cadeaux Gratuits / Lead Magnets : Offrir des ressources de valeur en échange d'informations de contact pour initier le tunnel.

- **StandOutFunnels** - Avec leur système de création de contenu IA, vous obtenez votre ebook en quelques secondes. Et comme les modèles déjà sélectionnés sur Canva qui est intégré, vous créer la couverture de votre ebook en quelques minutes.

Vous n'avez plus besoin de passer des heures, des jours ou même des mois à créer un cadeau / aimant à prospects, vous pouvez le faire en moins d'une heure, même si vous débutez votre activité.

CTA (Call to Action) / Appel à l'Action

Des CTA stratégiquement placés - Utilisez des CTA convaincants pour guider votre public vers les actions souhaitées, telles que l'inscription à une votre newsletter, votre cadeau gratuit ou l'achat d'un produit.

Dites à votre public ou à votre lecteur ce que vous voulez qu'il fasse. Indiquez-leur l'étape suivante. Ne partez pas du principe que, parce qu'ils ont vu votre page de vente ou lu votre ebook ou votre email, ils passeront à l'action. Dites-leur ce qu'ils doivent faire. Faites en sorte qu'ils voient facilement le lien sur lequel vous voulez qu'ils cliquent.

Remarketing / Retargeting

Campagne de ciblage - Reprendre contact avec des prospects qui ont montré de l'intérêt mais n'ont pas converti grâce à des publicités et des emails ciblés.

Lorsqu'une personne interagit avec l'un de vos liens, l'une de vos publicités ou l'une de vos pages de vente, mais qu'elle n'effectue pas immédiatement un achat, il est conseillé de lui fournir des informations supplémentaires sur le produit. Les grandes plateformes de e-commerce telles qu'Amazon utilisent une stratégie de reciblage, dans le cadre de laquelle les utilisateurs qui ont consulté un produit sont ensuite exposés à des publicités faisant la promotion de ce même produit sur différentes pages web, encore et encore. La répétition fait que la majorité, passe à l'action et achète le produit en question.

Conclusion

À la fin de ce chapitre, vous aurez appris à vous connecter avec votre public et à le convertir en clients fidèles, sans vendre, c'est-à-dire dans faire de pitch. Si vous communiquez efficacement sur les réseaux sociaux et à votre liste d'emails, vous passerez facilement de la conversation à la conversion sans vendre. Construire une présence en ligne qui favorise les relations et les conversions est un art que vous êtes en bonne voie de maîtriser.

Dans la prochaine et dernière étape, j'explorerai l'analyse et l'optimisation, afin de vous aider dans vos stratégies pour un succès encore plus grand. Votre parcours commercial en ligne est sur le point d'atteindre son apogée, et le meilleur reste à venir !



**Si vous voulez changer votre
vie, vous devez changer
quelque chose dans votre vie.**

Chapitre 5 :

Mesurer et optimiser

Bienvenue à la dernière étape de votre parcours commercial en ligne : **Mesurer et optimiser**. Dans ce chapitre, je vais vous dévoiler la puissance des données et des analyses, ce qui vous permettra de suivre vos progrès, de prendre des décisions éclairées et d'améliorer continuellement vos efforts de marketing en ligne. Avec ces connaissances à portée de main, vous pouvez maximiser votre impact et obtenir des résultats encore plus importants.

L'importance des données

Les données sont la boussole qui guide votre activité en ligne. Elles permettent de savoir ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas et où se trouvent les possibilités d'amélioration. En exploitant efficacement les données, vous pouvez prendre des décisions éclairées et faire progresser votre entreprise.

Définition des indicateurs clés de performance (ICP) / key performance indicator (KPI) en anglais

Avant de se lancer dans l'analyse des données, il est essentiel de définir vos indicateurs clés de performance (ICP). Il s'agit de mesures spécifiques qui s'alignent sur les objectifs de votre entreprise et en indiquent la réussite. Les indicateurs clés de performance les plus courants sont le trafic sur le site web, les taux de conversion, les taux d'ouverture des emails et l'engagement dans les réseaux sociaux.

Exercice : Définissez vos indicateurs clés de performance (ICP)

Identifiez les indicateurs clés de performance qui comptent le plus pour votre entreprise. Réfléchissez aux objectifs que vous souhaitez atteindre et aux indicateurs qui permettront le mieux de mesurer les progrès accomplis.

Suivi et analyse des données

Pour mesurer efficacement vos efforts de marketing en ligne, vous devrez vous familiariser avec différents outils et plateformes d'analyse. Voici quelques domaines clés sur lesquels vous devez vous concentrer :

Analyse du site web

- **Google Analytics** - Suivi du trafic sur le site web, du comportement des utilisateurs et des taux de conversion.
- **Les cartes de chaleur** - Visualisent les endroits où les utilisateurs cliquent, se déplacent et passent le plus de temps sur votre site.

Insights sur les réseaux sociaux

- **Chaque plateforme de réseaux sociaux** propose son propre tableau de bord d'analyse, qui vous permet de surveiller l'engagement, la portée et les caractéristiques démographiques du public.
- **Utilisez des outils tiers** pour une analyse plus approfondie de vos performances sur les médias sociaux.

Indicateurs d'email marketing

- **Surveillez les taux d'ouverture des emails**, les taux de clics et les taux de conversion.
- - **Les tests A/B** peuvent vous aider à optimiser le contenu des emails et les lignes d'objet.

Amélioration continue

Une fois que vous avez les données en main, l'étape suivante est l'optimisation. Utilisez les informations tirées de vos analyses pour affiner en permanence vos stratégies de marketing en ligne. Voici comment :

Expérimenter et tester

- **Tests A/B** - Expérimentez différents éléments (par exemple, titres, images, boutons CTA) pour déterminer ce qui résonne le mieux auprès de votre public.
- **Analyse des campagnes** - Évaluer les performances des différentes campagnes de marketing afin d'identifier les points forts et les points faibles.

Ajustez vos stratégies

Sur la base de vos conclusions, adaptez votre contenu, vos horaires de publication et vos stratégies publicitaires afin de les aligner sur ce qui fonctionne le mieux.

Restez informé


- Tenez-vous au courant des tendances et des meilleures pratiques de votre secteur pour vous assurer que vos stratégies restent efficaces.

Conclusion

En maîtrisant l'art de mesurer et d'optimiser vos efforts de marketing en ligne, vous vous donnez les moyens d'améliorer et de développer votre entreprise en permanence. N'oubliez pas que les données sont vos meilleures amies dans le monde en ligne, car elles vous fournissent les informations nécessaires pour prendre des décisions éclairées.

En vous lançant dans l'exploitation des données pour renforcer votre impact, vous disposez des outils et des connaissances nécessaires pour prospérer dans le monde dynamique de l'entrepreneuriat en ligne.

Je vous félicite d'avoir terminé ce guide et souhaite que votre business en ligne prospère grâce à l'application de ces précieux principes.



**“Si vous voulez quelque chose
que vous n'avez jamais eu,
vous devez faire quelque chose
que vous n'avez jamais fait ”**

Thomas Jefferson

Conclusion : Entrez votre voyage en ligne en toute confiance

En parcourant les chapitres de cet ebook, vous vous êtes embarquée sur un chemin de transformation vers le succès de votre business en ligne. Les connaissances que vous avez acquises ont le pouvoir de remodeler votre perspective, de renforcer vos efforts et d'ouvrir de nouveaux horizons dans votre parcours entrepreneurial.

La technique est votre alliée, pas votre ennemie

L'un des principaux enseignements de cet ebook est la prise de conscience que la technique n'est pas un obstacle redoutable, mais plutôt un outil puissant à votre disposition. Que vous vous soyez toujours considérée comme une experte en technique ou que vous ayez des réticences à son égard, vous savez maintenant que le monde numérique et digital est à votre portée. C'est un domaine où vous pouvez exploiter un potentiel illimité pour atteindre vos objectifs.

Votre chemin vers le succès

Fort d'une confiance retrouvée, vous êtes désormais prête à lancer votre activité en ligne avec détermination et clarté. Les étapes décrites dans cet ebook vous ont montré le chemin de la réussite :

- **Clarifier votre vision** - Vos objectifs, votre public et la valeur unique de votre offre sont devenus la pierre angulaire de votre stratégie commerciale.
- **Simplifiez votre boîte à outils** - Vous avez découvert des outils conviviaux qui vous aideront à naviguer facilement dans le paysage en ligne.
- **Rédiger un contenu convaincant** - Votre capacité à créer un contenu attrayant qui trouve un écho auprès de votre public est désormais un atout puissant.
- **Connecter et convertir** - Construire une forte présence en ligne et convertir les prospects en clients fidèles est à votre portée.
- **Mesurer et optimiser** - Armé de la puissance des données, vous pouvez continuellement affiner et améliorer vos efforts de marketing en ligne.

Votre voyage continue

Si cet ebook marque la fin d'une phase, il en marque aussi le début d'une autre.

Votre parcours entrepreneurial est une aventure en constante évolution, et vous disposez désormais des connaissances et des outils nécessaires pour la parcourir en toute confiance.

Alors que vous allez de l'avant, n'oubliez pas que les défis sont des opportunités déguisées et que la croissance naît souvent de la volonté d'apprendre et de s'adapter. Restez ouverte à de nouvelles stratégies, restez connectée à votre public et laissez-vous guider par votre passion.

Libérez tout votre potentiel

Le monde de l'entrepreneuriat en ligne est vaste, mais avec le bon état d'esprit (mindset) et les bons conseils, vous avez la possibilité de connaître un succès remarquable. Saisissez les opportunités qui s'offrent à vous, continuez à vous former et ne sous-estimez jamais l'impact que vous pouvez avoir dans le paysage numérique.

Merci de m'avoir permis de faire partie de votre parcours.

**Maintenant que vous avez lu mon ebook,
qu'allez-vous faire de toutes ces informations ?**

L'important n'est pas ce que vous savez, mais ce que vous faites avec ce que vous savez. Et votre succès dépend de votre rapidité de mise en œuvre.

Alors, êtes-vous prête à élever votre entreprise au niveau supérieur ?

Parlons-en, [cliquez ici](#) pour approfondir ma formule éprouvée **Stratégie - Visibilité - Impact au cours d'une session IMPACT GRATUITE de 30 minutes. Formule qui permet à nombre de mes clients de doubler ou tripler leur chiffre d'affaires en 90 jours. Donc pourquoi pas vous ?**

Dans le monde des affaires, avoir une stratégie bien conçue n'est pas seulement essentiel, c'est la base même sur laquelle les entreprises prospères sont construites. Sans feuille de route stratégique, une entreprise ne peut tout simplement pas prospérer.

Mais voici la clé

Même si vous avez mis en place les bonnes stratégies, votre parcours n'est qu'à moitié terminé. Sans stratégies efficaces, vous n'avez tout simplement pas d'entreprise. Une visibilité efficace est la clé de voûte qui permet à votre travail et à votre expertise d'atteindre le bon public. Sans visibilité, votre entreprise reste cachée dans l'ombre, incapable d'avoir l'impact qu'elle est censée avoir.

Imaginez maintenant ceci

Vous disposez à la fois d'une stratégie adéquate et efficace et d'un plan de visibilité solide. Avec ces deux piliers fermement en place, vous n'êtes pas seulement en affaires ; vous êtes en mesure d'avoir un impact profond sur la vie des gens. Vous pouvez résoudre des problèmes, offrir des expériences inoubliables et même transformer des vies grâce à votre expertise.

**Le moment est venu de mettre en œuvre ma formule
Stratégie - Visibilité - Impact au sein de votre entreprise.**

Comme beaucoup de mes clients l'ont expérimenté, cette formule a le potentiel de doubler, voire de tripler votre chiffre d'affaires en seulement 90 jours. Elle est simple, facile à mettre en œuvre et détient la clé qui vous permettra de libérer tout le potentiel de votre entreprise.

**N'hésitez pas. [Cliquez ici MAINTENANT](#) pour réserver votre séance
IMPACT GRATUITE de 30 minutes**

et laissez-moi vous fournir des informations plus approfondies sur la façon dont cette formule peut révolutionner votre entreprise.

Challenge « Mon Branding à Mon Image en 5 Jours »

On ne peut pas parler de développer son business sans parler de Personal Branding, c'est la raison pour laquelle j'ai créé ce challenge, pour vous partager ce qu'est le Personal Branding et comment il est indispensable dans votre business.

Pour attirer vos clients idéaux à VOUS, et rendre le business tellement plus fun (et rentable). Dites adieu aux pitch commerciaux et à la chasse aux clients que je suis sûre vous détestez comme moi.

En revanche, appréciez de voir clients idéaux, venir vers vous, prêts à travailler avec vous avec plaisir, sans négocier vos tarifs.

Chaque jour pendant 5 jours, vous aurez accès à une vidéo et un exercice à faire pour booster votre business ou je vous dévoilerai :

- **Jour 1 - Sachez ce que vous voulez - Votre pourquoi**
- **Jour 2 - Sachez ce qu'ils veulent - Votre client idéal**
- **Jour 3 - Le secret pour développer votre confiance en vous**
- **Jour 4 - Comment vous démarquer par votre unité ?**
- **Jour 5 - Comment vous démarquer de vos concurrents ?**

[Rejoignez le Challenge Gratuit ICI](#)

Networking Power Quiz

Voyez comment développer votre entreprise plus rapidement en décrochant plus de clients grâce à ce « **Quiz sur le networking : Comment attirer et fidéliser de nouveaux clients grâce à votre réseau et vos relations professionnelles ?** »

Évaluez vos connaissances en networking en répondant à 10 questions clés et découvrez de nouvelles stratégies pour attirer et fidéliser vos clients. Obtenez vos résultats personnalisés et des conseils immédiats pour améliorer vos compétences en networking.

Ne manquez pas cette occasion de maximiser vos opportunités commerciales.

[Accédez au quiz dès maintenant ICI](#)

A.I. Business-In-A-Box

Si vous savez qu'avoir un business en ligne est le meilleur moyen de vous développer plus rapidement, et que vous êtes prête à passer à l'action.

Découvrez cette vidéo gratuite proposée par les 2 américaines qui ont conçu **StandOutFunnels** rien que pour des femmes entrepreneures et faites le premier pas vers la construction d'un business en ligne rentable, automatisée et évolutive.

Découvrez la vidéo [ICI](#)

A PROPOS DE BIBA PEDRON



Business & Mindset Expert, auteure, best-seller et international speaker, Biba Pédron a été directrice des ventes et du marketing pendant plus de 15 ans en France avant de s'expatrier aux Etats-Unis en 2003 et s'est rapidement imposée comme experte en la matière et a créé sa propre entreprise.

Elle est l'auteur de plusieurs best-sellers, en français et en anglais:

- **Start Your Dream Business Today** - 2006
- **Stop Pitching and Start Networking** - 2015
- **Sauter le Pas** - 2016
- **Tu Te Lève Et Tu Décides De Booster Ta Performance Commerciale** - co-écrit avec Pascale Joly - 2018
- **Global Women in Business : How women in business impact communities and pursue their life's purpose** - 2019
- **Mon Livre des Possibilités** - 2021
- **M.D.R La Formule Gagnante Pour Réussir Sa Vie - La Chance N'existe Pas - Elle se Crée !** - 2020
- **Impacter Au Féminin**, les livres collaboratifs avec 25 et 30 co-auteurs - 2022 - 2023
-

Découvrez tous mes livres [ICI](#)

Elle a reçu de nombreuses distinctions, notamment Excellence in Business Coaching, Entrepreneur de l'année et a été présentée dans le **magazine Forbes France dans l'édition spéciale « femme d'influence »** en 2019. Nommée parmi les 100 premières femmes chefs d'entreprise mondiales en 2023. Et en couverture du **magazine World's Leaders** comme l'une des femmes leaders les plus inspirantes dans le monde des affaires en 2023.

En travaillant avec des milliers de femmes entrepreneures, elle a réalisé qu'elles devaient les aider à relier ce puzzle qu'est le marketing, avec les réseaux sociaux, le personal branding (l'image de marque) et le mindset (l'état d'esprit) pour développer leur entreprise beaucoup plus rapidement, alors elle a commencé à les aider avec des stratégies efficaces, pour atteindre le niveau suivant.

[Pour en savoir plus sur Biba, visitez https://www.BibaPedron.com](https://www.BibaPedron.com)

Forbes

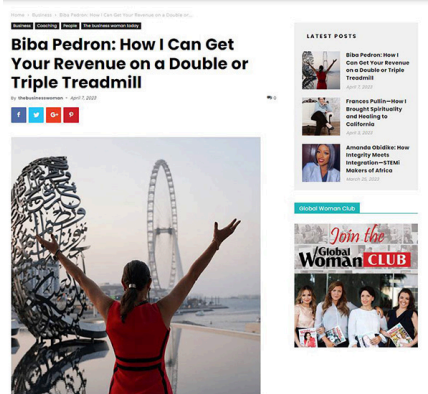
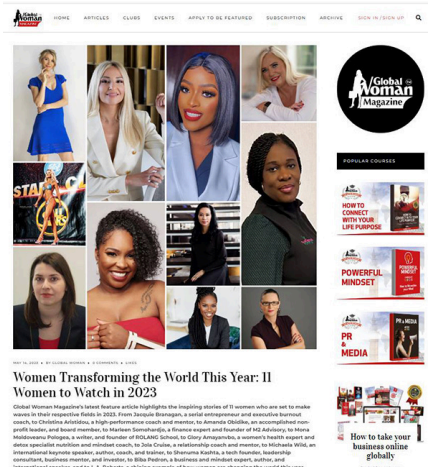
Forbes France - Du rêve à la réalité

Tout a commencé par deux rêves d'enfant : devenir officier de police et vivre aux États-Unis. Malheureusement, du rêve à la réalité, il y a parfois plusieurs obstacles et Biba ayant vu son premier rêve s'éloigner, a dû chérir le second et se battre pour le réaliser, en 2003, en déménageant à New York. S'il fallait résumer en un mot l'histoire de celle qui a aujourd'hui à son actif plusieurs services de coaching d'affaires, conférences et formations, ce serait : liberté.

Poussée par l'envie de prendre sa liberté, de mettre en place une activité qu'elle peut gérer de n'importe où grâce à un ordinateur, un téléphone et une connexion internet, Biba Pédron quitte son travail un vendredi soir d'avril 1998 pour lancer, sa 1ère entreprise à Paris et la 2ème à New York en 2003.

Forbes - Édition « Femmes d'influence » Juin 2019

Vue dans la presse...



Cliquez ICI MAINTENANT

pour réserver votre session **IMPACT GRATUITE** de 30 minutes avec **Biba Pédron** et voyons comment vous aussi pouvez doubler ou tripler votre chiffre d'affaires en 90 jours.