Revenu passif
AVEC PINTEREST

TOUT CE DONT TU AS BESOIN SUR L'UTILISATION DE PINTEREST POUR GÉNÉRER UN REVENU PASSIF EN LIGNE.

GUIDE AVEC DROITS DE REVENTE.

Téléchargez

ICI + DE 90 ÉPINGLES

OFFERTES AVEC CE GUIDE, POUR DIFFÉRENTES NICHES

CONTENUS

01 Pourquoi Pinterest?

02 Compte professionnel Pinterest

03 Recherche de mots-clés

04 Création de tableaux Pinterest

05 Création des épingles

06 Planification des épingles

07 Analyse et ajustement

08 Promouvoir ton Business

09 Idées de contenus Pinterest pour ChatGPT



BIENVENUE

Je suis tellement heureuse que vous ayez franchi cette étape et j'ai hâte de me lancer dans ce parcours ensemble !



HEY, C'EST BETTY

Femme d'affaires depuis mes 24 ans, j'adore aider les femmes à gagner de l'argent en ligne ! Je suis convaincue que nous n'avons pas à choisir entre l'argent et la liberté de temps. Une fois que tu apprends comment faire, les produits digitaux et l'automatisation fonctionnent pour N'IMPORTE quelle niche ou industrie ! Tu n'as qu'à créer quelque chose qu'une seule fois et tu peux le vendre encore et encore avec peu ou pas de frais pour un profit de 100 % !

J'ai commencé à travailler en ligne en 2016. Quand je te dis que ma vie a complètement changé: au cours de ces 8 dernières années, j'ai gagné énormément d'argent grâce à instagram en tant qu'influenceuse et je me suis lancée dans le marketing digital dès que j'ai compris son potentiel. Il existe tellement de façons de générer un revenu passif en ligne !

Dans la formation que j'ai suivi j'ai appris à :

- Créer mon domaine et mes propres produits digitaux /formation
- Créer ma boutique en ligne en seulement 20 minutes (d'ailleurs j'ai un petit guide pas à pas pour créer ta boutique en cadeau pour toi que tu peux télécharger ici, pense à me mentionner stp quand tu fais ton inscription t)
- Créer les systèmes pour que mon business tourne en automatique
- Créer mon branding et attirer à moi mes clients idéaux
- Booster mes réseaux sociaux et lancer mes produits et la formation (j'ai fait la première vente le premier jour en suivant les conseils de lancement!)
- Relier le marketing d'affilliation à mes produits digitaux, pour avoir une deuxième source de revenu passif
- Email marketing, Shopify, Etsy et bien plus encore!

Par ailleurs, il n'est un secret pour personne que nous nous lançons dans le marketing digital dans le but d'accroître nos revenus. Et il est vrai qu'il existe un potentiel de gain considérable pour ceux qui sont prêts à se former et à s'investir dans ce domaine. Le marketing digital représente une industrie valant plusieurs milliards et qui n'est pas près de disparaître.

Cet état de fait a également été souligné par Forbes, qui reconnaît le marketing digital comme une industrie florissante et essentielle, mettant en avant son potentiel de croissance!

LET'S GO!

Betty xoxo



01

POURQUOI PINTEREST?

POURQUOI PINTEREST?

Pinterest, ce tableau de vision virtuel qui s'est transformé en un véritable levier de marketing. Mais en tant que créateur de produits numériques, pourquoi cela devrait-il vous importer ? Explorons cela ensemble.

Engagement Élevé

Ce qui rend Pinterest unique : les utilisateurs de Pinterest ont un état d'esprit différent par rapport aux autres plateformes de médias sociaux. Ils sont plus que de simples observateurs passifs ; ce sont des chercheurs et des planificateurs actifs qui utilisent la plateforme pour inspirer l'action. Ce comportement motivé par l'intention est crucial pour les marketeurs car il se traduit par des taux de conversion plus élevés. Lorsque les utilisateurs épinglent quelque chose, c'est souvent un signal de leur intention d'acheter ou d'interagir avec ce produit ou cette idée dans un avenir proche. Pour les produits numériques, cela signifie que votre public cible ne se contente pas de consommer du contenu ; il recherche des solutions et est prêt à agir. Adapter votre contenu pour répondre à ces besoins spécifiques peut considérablement augmenter vos chances de conversion.



Longévité des Épingles

La nature des épingles sur Pinterest offre un avantage unique en termes de visibilité et de génération de trafic. Contrairement à d'autres plateformes où le contenu se perd rapidement, les épingles Pinterest maintiennent leur pertinence et continuent d'attirer l'engagement au fil du temps. En optimisant les épingles avec les bons mots-clés et descriptions, vous pouvez vous assurer que vos produits numériques restent découvrables par un public pertinent sur une période beaucoup plus longue. Cette génération de trafic continue sans la nécessité de poster en continu!

POURQUOI PINTEREST?

l'Attrait Visuel
En dernier lieu, mais certainement pas des moindres, parlons esthétique. Pinterest est une plateforme visuelle, et heureusement, les produits numériques se prêtent bien à la représentation visuelle. Que ce soit la couverture de votre dernier e-book, un extrait de votre cours en ligne, ou un modèle de votre planificateur numérique, vous avez l'opportunité de présenter vos produits de manière visuellement attrayante. C'est là que vous pouvez laisser libre cours à votre créativité. Utilisez des images vibrantes, jouez avec des superpositions de texte, et expérimentez avec différents éléments de design pour faire ressortir vos épingles. Souvenez-vous, une image vaut mille mots — ou dans votre cas, potentiellement des milliers d'euros en ventes.

Alors, pour résumer : un fort engagement, une longue durée de vie des épingles et une plateforme visuelle parfaite pour mettre en valeur vos produits numériques. Si Pinterest ne fait pas encore partie de votre stratégie marketing, il est grand temps de l'épingler en haut de votre liste de tâches !

Prêt à passer à l'étape suivante ? Mettons en place ce compte Pinterest Business et lançons la machine. 🎉





02

CONFIGUREZ VOTRE COMPTE PINTEREST BUSINESS

LET'S GO!

CONFIGURER VOTRE COMPTE BUSINESS PINTEREST

D'accord, maintenant que vous êtes convaincu que Pinterest est l'endroit où être, passons aux détails pratiques pour configurer votre compte Pinterest Business. Croyez-moi, c'est comme aménager une vitrine, mais sans les tracas d'un emplacement physique. 🏪

Inscription

Premièrement, vous devrez vous inscrire pour un compte business. Si vous avez déjà un compte Pinterest personnel, vous pouvez facilement le convertir en compte business. Pourquoi un compte business, vous demandez-vous ? Eh bien, cela vous donne accès à des fonctionnalités essentielles comme Pinterest Analytics, le gestionnaire de publicités et la possibilité de revendiquer votre site web et d'autres profils de réseaux sociaux. C'est comme passer de faire du tricycle à conduire une voiture de sport : même route, mais un tout nouveau niveau de vitesse et de contrôle.



Assurez-vous d'utiliser le même nom d'utilisateur que celui que vous avez sur vos autres comptes de réseaux sociaux pour que les personnes vous trouvent facilement !

CONFIGURER VOTRE COMPTE BUSINESS PINTEREST

Configuration du Profil

Il est temps d'embellir votre profil. Considérez votre profil comme votre carte de visite sur Pinterest. Commencez par ajouter une photo de profil professionnelle qui s'aligne avec votre marque. Cela pourrait être votre logo, ou si vous êtes le visage de votre marque, une photo de vous amicale et de haute qualité. Ensuite, rédigez une biographie convaincante qui dit aux utilisateurs qui vous êtes et ce que vous offrez. Utilisez des mots-clés liés à vos produits numériques pour faciliter la recherche de votre profil. Par exemple, si vous vendez des guides numériques sur la vie durable, des termes comme « éco-responsable », « durabilité » pourraient être vos meilleurs alliés ici.

Vérification de Votre Site Web

Dernier point mais non le moindre, vous voudrez vérifier votre site web. Ce n'est pas juste une question de vanité mais une stratégie. Vérifier votre site web ajoute non seulement de la crédibilité à votre profil, mais cela vous permet également de voir ce que les gens épinglent depuis votre site. Vous saurez ce qui résonne avec votre audience, ce qui peut informer la création de vos futurs produits et stratégies marketing. Le processus de vérification implique généralement de télécharger un fichier HTML sur votre site web. Ne vous inquiétez pas ; Pinterest fournit des instructions faciles à suivre pour cela.

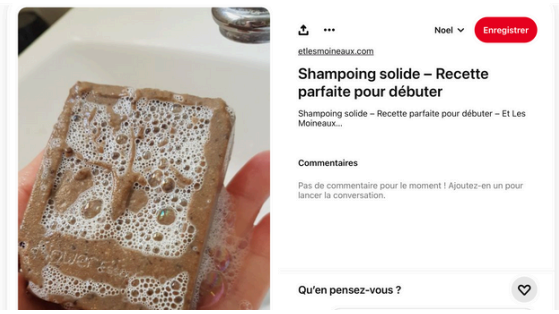


CONFIGURER VOTRE COMPTE BUSINESS PINTEREST

Activez les épingles enrichies

Les épingles enrichies (rich pins) sont un type d'épingle sur Pinterest qui sont créées en extrayant des données descriptives supplémentaires à partir d'un site Web externe (il faut donc avoir un site web, si vous avez une boutique Etsy, vous pouvez activer les épingles enrichies pour vos produits ! Cela peut inclure le titre d'un article, la description d'une recette, le prix d'un produit, et plus encore, rendant l'épingle plus informative et utile pour les utilisateurs de Pinterest. Pour les activer, vous devez appliquer en ajoutant des métadonnées spécifiques à votre site web et soumettre votre site à Pinterest pour validation. Pour ce faire, sur Etsy, c'est très simple : allez dans l'administration de votre boutique Etsy et cliquez sur l'onglet "Marketing". Ensuite, cliquez sur "Pinterest". À côté de l'option "Épingles enrichies", cliquez sur "Activer".

Exemples épingles enrichies/non enrichies
Voici un exemple illustrant un créateur de contenu qui n'a pas activé les épingles enrichies (photo 1) versus un créateur qui l'a fait (photo 2, quand vous faites ça il y a automatiquement plus d'infos sur votre produit qui vont apparaitre. L'objectif est de vous présenter la différence visuelle et non de critiquer le travail d'autrui.





C'est une manipulation plutôt simple à faire qui change tout !

Et voilà ! Votre compte Pinterest Business est tout configuré et prêt à entrer en scène. 🎸 Ensuite, nous plongerons dans le monde magique de la recherche de mots-clés sur Pinterest. 🌟





03

LA RECHERCHE DE MOTS-CLÉS

LA RECHERCHE DE MOTS-CLÉS

La recherche de mots-clés est la sauce secrète qui peut faire décoller ou briser votre stratégie sur Pinterest. Pensez aux mots-clés comme aux miettes de pain qui guident les utilisateurs directement vers vos trésors numériques. 🍞✨ Voyons comment vous pouvez maîtriser cette étape cruciale.

1

Utilisez la Recherche Pinterest

Le premier endroit où commencer votre recherche de mots-clés est Pinterest lui-même. C'est comme avoir une feuille de triche juste devant vous ! Tapez des termes liés à vos produits numériques dans la barre de recherche Pinterest. En tapant, vous remarquerez que Pinterest suggérera automatiquement une liste de mots-clés associés. Ces suggestions ne sont pas aléatoires ; elles sont basées sur ce que les gens recherchent réellement. Prenez note de ces suggestions ; elles valent de l'or !

2

Analyse des Concurrents

Cherchez des épingles similaires aux produits numériques que vous proposez et voyez quels mots-clés vos concurrents utilisent dans leurs titres et descriptions d'épingles. Cela peut vous donner une bonne idée des mots-clés efficaces dans votre niche. Mais souvenez-vous, vous n'êtes pas là pour copier ; vous êtes là pour vous inspirer et faire encore mieux. Créez une liste de mots-clés qui résonnent avec votre marque et vos produits, et réfléchissez à la manière dont vous pouvez les incorporer de manière unique dans vos épingles.



LA RECHERCHE DE MOTS-CLÉS

3

Faites une Liste

Une fois que vous avez rassemblé vos mots-clés à partir de la recherche Pinterest, notez-les dans une liste. Ce n'est pas juste une tâche ponctuelle ; considérez cela comme un projet continu. Le monde de Pinterest (comme toute plateforme) change constamment, et de nouvelles tendances peuvent apparaître du jour au lendemain. Gardez votre liste à jour et revisitez-la régulièrement. Utilisez cette liste non seulement pour vos descriptions d'épingles, mais aussi pour les noms de vos tableaux, les descriptions des tableaux et même comme hashtags. Oui, Pinterest utilise des hashtags—juste pas de la même manière que d'autres plateformes comme Instagram ou Twitter.
À ce stade, vous devriez avoir une liste robuste de mots-clés qui vous aidera à placer vos produits numériques devant les bons yeux. 📍

Ensuite, nous parlerons de comment utiliser ces mots-clés pour créer des tableaux Pinterest qui ne sont pas seulement beaux, mais aussi optimisés pour le référencement. Restez à l'écoute, car c'est là que le vrai plaisir commence ! 🎉



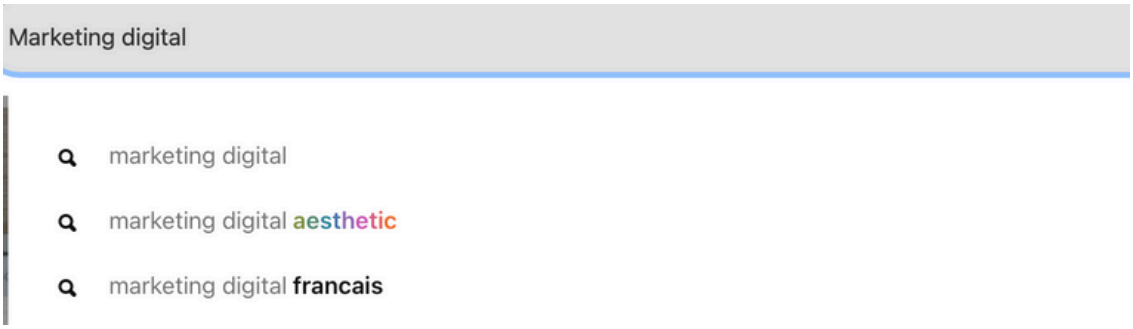
CHECK-LISTE POUR DÉMARRER LE PROFIL PINTEREST :

ÉTAPE 1 : ASSUREZ-VOUS QUE VOTRE COMPTE PINTEREST EST PRÊT

- Créez un compte professionnel ou convertissez un compte personnel
- Vérifiez votre domaine
- Activez les épingles enrichies (si vous avez un site ou vous utilisez Etsy)

ÉTAPE 2 : EFFECTUEZ UNE RECHERCHE DE MOTS-CLÉS SUR PINTEREST

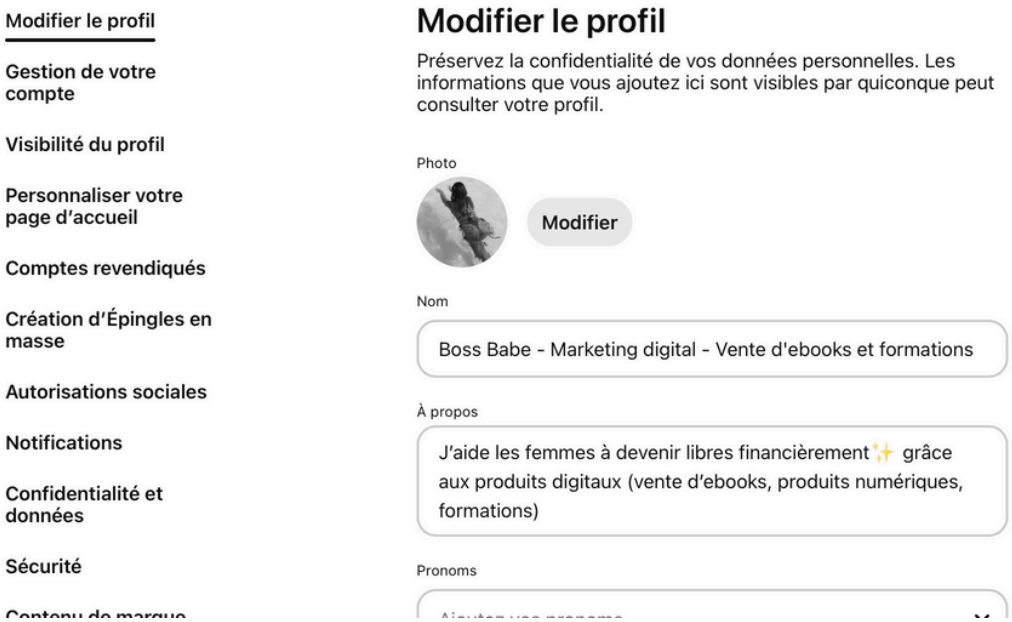
- commencez à taper le mot-clé sur lequel vous réfléchissez et Pinterest vous montrera des mots supplémentaires suggérés.



ÉTAPE 3 : AMÉLIOREZ VOTRE PROFIL PINTEREST POUR OBTENIR LES MEILLEURES PERFORMANCES

Pour placer votre compte plus haut dans les résultats de recherche pour des mots-clés ciblés :

- 1. Incluez des mots-clés dans le nom de votre profil sur Pinterest.
- 2. Incluez des mots-clés dans la description de votre profil sur Pinterest.



Voulez-vous en savoir plus sur comment monétiser vos réseaux sociaux et créer un revenu passif?

ALORS CETTE FORMATION EST POUR VOUS !

Une formation COMPLÈTE de plus de 200 vidéos qui vous apprend :

- Trouver une niche rentable qui vous convient
- Comment se démarquer grâce au branding
- Comment utiliser et monétiser Instagram et tiktok
- Comprendre l'algorithme et savoir comment en faire votre meilleur allié
- Comment utiliser les réseaux sociaux pour gagner en traction et en ventes
- Comment créer des systèmes qui fonctionnent en automatique, même quand vous dormez !
- Email marketing
- Comment vendre en story
- Comment concevoir votre contenu pour ATTIRER
- Comment augmenter votre nombre d'abonnés
- + DES EBOOKS BONUS QUE VOUS POUVEZ REVENDRE !
-

EN PLUS, avec les droits de revente maître, vous et vos clients pouvez également revendre la formation elle-même pour 100% des profits !

L'ACCES ICI



04

CRÉATION DE TABLEAUX PINTEREST

CRÉATION DE TABLEAUX PINTEREST

D'accord, vous avez vos mots-clés et votre compte business est tout prêt. Maintenant, que faites-vous de tout ce travail préparatoire ? Vous le canalisez dans la création de tableaux Pinterest qui ne sont pas juste agréables à l'œil, mais aussi des aimants pour le SEO. Plongeons dedans !

Noms des Tableaux

Le nom de votre tableau est comme le titre d'un livre ; il doit capter l'attention tout en donnant un indice sur ce qu'il contient. C'est là que votre recherche de mots-clés entre en jeu. Utilisez ces mots-clés soigneusement sélectionnés pour nommer vos tableaux de manière à ce qu'ils reflètent le contenu et soient facilement recherchables. Par exemple, si vous vendez des guides numériques sur "l'Alimentation Saine", un tableau nommé "Conseils & Recettes pour une Alimentation Saine" serait bien plus efficace que quelque chose de générique comme "Recettes". Rappelez-vous, Pinterest est un moteur de recherche dans son essence, donc un tableau bien nommé est votre premier pas vers le succès.

Descriptions des Tableaux

Maintenant, parlons des descriptions des tableaux. Vous pourriez être tenté de sauter cette partie, mais résistez à l'envie ! Une description de tableau bien rédigée peut faire des merveilles pour votre SEO. Utilisez cet espace pour fournir une description brève mais informative de ce dont le tableau parle, en incorporant plusieurs mots-clés de votre recherche. Mais ne vous contentez pas d'empiler les mots-clés ; assurez-vous que cela se lit naturellement et offre de la valeur au lecteur. Par exemple, si vous avez un tableau sur "Outils de Marketing Digital", votre description pourrait être quelque chose comme, "Découvrez les meilleurs outils de marketing digital pour booster votre entreprise en ligne. Des outils SEO aux planificateurs de médias sociaux, trouvez les solutions parfaites pour vos besoins marketing."

Catégories

Pinterest propose une variété de catégories comme "Éducation", "Technologie", "Nourriture", etc. Catégoriser correctement votre tableau le rend plus facile à trouver pour les utilisateurs qui naviguent à travers des catégories qui les intéressent. C'est comme mettre vos produits sur le bon rayon dans un supermarché ; si quelqu'un cherche des pâtes, il ira à l'allée "Pâtes & Riz", pas à la "Boulangerie".

À la fin de cette étape, vous aurez des tableaux Pinterest qui ne sont pas juste visuellement attrayants, mais sont aussi optimisés pour la recherche et la découverte. C'est comme avoir une vitrine bien organisée et magnifiquement conçue dans laquelle les gens ne peuvent s'empêcher d'entrer. 🛒

Ensuite, nous nous pencherons sur l'art et la science de concevoir des épingles qui ne sont pas seulement belles mais qui attirent également du trafic et des ventes.

CRÉATION DE TABLEAUX PINTEREST

Cela peut sembler beaucoup à retenir, mais croyez-moi, c'est beaucoup plus simple qu'il n'y paraît ! Une manière que j'utilise pour suivre les noms des tableaux, les mots-clés à inclure, les descriptions et les catégories est de les écrire dans un tableau. Ainsi, lorsque vous êtes sur le point de créer un nouveau tableau, vous avez tout facilement à portée de main !

Utilisez le tableau ci-dessous pour planifier vos différents tableaux Pinterest :

Tableau	Mot-clés	Description	Catégorie



05

CONCEPTION DES ÉPINGLES

CONCEPTION DES ÉPINGLES

Concevons des épingles ! C’est le moment où vos jus créatifs peuvent couler, mais il ne s’agit pas seulement de créer quelque chose de joli. Vos épingles doivent être accrocheuses, informatives et, plus important encore, cliquables. Décomposons cela.

Images de Haute Qualité

Tout d'abord, la qualité de vos images est cruciale. Les images floues ou pixélisées sont l'équivalent Pinterest de se présenter à un entretien d'embauche en pyjama — pas un bon look. Utilisez des images haute résolution qui sont pertinentes pour le contenu que vous promouvez. Si vous vendez un guide numérique sur « Comment démarrer un podcast », par exemple, une image présentant un microphone ou une personne parlant dans un pourrait très bien convenir. L'image devrait être capable de raconter une histoire par elle-même.

Le Texte

Parlant de texte, c'est votre chance d'ajouter du contexte à votre image et de faire ressortir votre épingle. Le texte doit être suffisamment grand pour être facilement lisible sur ordinateur et téléphone. Utilisez des couleurs contrastantes pour faire ressortir le texte, mais assurez-vous qu'il ne jure pas avec l'image derrière. Le texte doit fournir suffisamment d'informations pour donner envie au spectateur d'en savoir plus. Par exemple, si vous faites la promotion d'un cours numérique sur « L'écriture freelance », votre texte pourrait dire quelque chose comme « Maîtrisez l'écriture freelance en 30 jours ! » C’est captivant, c’est spécifique, et cela crée un sentiment d'urgence.



LA CONCEPTION D'ÉPINGLES

Appel à l'Action (CTA)

Vous avez capturé leur attention avec une image de haute qualité et aiguisé leur intérêt avec un texte convaincant. Et maintenant ? Vous les guidez vers l'étape suivante avec un appel à l'action (CTA) clair. Cela pourrait être aussi simple que « Cliquez pour en savoir plus », « Obtenez votre guide » ou « Commencez maintenant ». Le CTA devrait être placé de manière proéminente mais ne devrait pas éclipser le contenu principal de l'épingle. Vous pouvez le placer en bas ou même l'intégrer dans le texte principale s'il s'intègre naturellement.

À la fin de ce processus, vous devriez avoir des épingles qui ne sont pas seulement visuellement impressionnantes mais aussi optimisées pour l'engagement et les clics. C'est comme créer un mini panneau d'affichage pour chacun de vos produits numériques, qui s'adresse directement aux personnes les plus susceptibles d'être intéressées.

Ensuite, nous parlerons de comment mettre ces belles épingles devant autant d'yeux que possible avec une planification stratégique des épingles.



J'ai constaté que plus l'épingle est « moche », meilleure est la traction qu'elle obtient. Donc, ne ressentez pas la pression que tout doit être absolument parfait !



06

LA PLANIFICATION DES ÉPINGLES

LA PLANIFICATION DES ÉPINGLES

D'accord, vous avez ces épingles prêtes à être publiées. Mais quand devriez-vous réellement les épingler ? Et à quelle fréquence ? Bienvenue dans le monde de la planification des épingles, où le timing est tout!



Création par Lots

Avant même de penser à planifier, envisagez de créer vos épingles par lots. Donc réserver du temps pour créer plusieurs épingles en une seule fois. Pourquoi est-ce important ? La cohérence est la clé sur Pinterest, et avoir un stock d'épingles prêtes à être planifiées assure que vous pouvez maintenir une publication constante sans avoir à improviser à la dernière minute. Pensez-y comme à la préparation de repas pour votre compte Pinterest ; cela prend un peu de temps au début, mais vous économisez des tonnes de temps (et de stress) plus tard.



Les Outils de Planification

Bien que vous puissiez épingler chaque publication manuellement, un outil de planification comme Tailwind peut aider énormement. Ces outils vous permettent de planifier des semaines, voire des mois à l'avance, et aux moments optimaux lorsque votre public cible est le plus actif. Tailwind offre également des fonctionnalités comme le pinning par intervalles, qui vous permet d'épingler la même épingle sur plusieurs tableaux à différents moments, et les Tribus Tailwind, qui vous permettent de collaborer avec d'autres pinners dans votre niche. C'est comme avoir un assistant personnel pour votre compte Pinterest !

LA PLANIFICATION DES ÉPINGLES

La Constance est la Clé

Alors, à quelle fréquence devriez-vous épingler ? Bien qu'il n'y ait pas de réponse universelle, une bonne règle de base est de viser au moins 5 épingles par jour. Cela peut être un mélange de nouvelles épingles et de repins d'autres tableaux pertinents. L'essentiel est de les répartir tout au long de la journée plutôt que de toutes les épingler en une seule fois. Cela assure que vos épingles obtiennent une visibilité maximale, atteignant différents segments de votre audience qui pourraient être actifs à différents moments. Rappelez-vous, Pinterest est une plateforme mondiale, donc pendant que vous sirotez votre café du matin, quelqu'un de l'autre côté du monde pourrait faire défiler Pinterest avant d'aller au lit.

En maîtrisant l'art de la planification des épingles, vous ne jetez pas simplement vos belles épingles dans l'univers Pinterest en espérant le meilleur. Vous les placez stratégiquement là où elles ont le plus de chances d'être vues, cliquées, et en fin de compte, de convertir les spectateurs en clients.

Ensuite, nous plongerons dans les analyses pour voir comment vos efforts portent leurs fruits et comment vous pouvez ajuster votre stratégie pour encore de meilleurs résultats. Préparez-vous à devenir un as des données Pinterest ! 📊🌟





07

ANALYSER ET AJUSTER

ANALYSER ET AJUSTER

Alors, vous avez fait tout le travail difficile : la recherche de mots-clés, la création de tableaux, la conception d'épingles, et même la planification. Maintenant vient la partie que beaucoup de personnes négligent mais qui est absolument cruciale : analyser et ajuster. C'est comme vérifier le GPS lors d'un road trip ; vous devez savoir si vous êtes sur la bonne voie !

Vérifiez les Analyses

Premièrement, parlons de Pinterest Analytics, votre nouveau meilleur ami. Cet outil vous donne une mine d'informations, de combien de personnes voient vos épingles (impressions) à combien cliquent réellement pour aller sur votre site web (clics sur le lien). Vous pouvez également voir quelles épingles sont vos meilleures performances et quels tableaux génèrent le plus de trafic. Cette information est inestimable. Par exemple, si vous remarquez que les épingles liées à votre cours numérique sur "La Pleine Conscience pour les Débutants" obtiennent beaucoup d'engagement, il pourrait être judicieux de créer plus de contenu autour de ce sujet.



Tests A/B

Une fois que vous avez bien compris vos analyses, il est temps de faire des tests A/B. C'est essentiellement un terme sophistiqué pour tester différentes choses afin de voir ce qui fonctionne le mieux. Créez deux versions de la même épingle avec de légères variations — peut-être que l'une a une image différente, et l'autre a un texte ou un appel à l'action différent. Programmez-les en même temps et voyez laquelle performe le mieux. Cela peut vous donner des indications sur ce qui résonne le plus avec votre audience, vous permettant d'affiner vos épingles futures.

ANALYSER ET AJUSTER

Ajustez votre Stratégie

Après avoir rassemblé suffisamment de données et réalisé quelques tests, il est temps d'ajuster votre stratégie en conséquence. Peut-être avez-vous découvert que certains mots-clés sont particulièrement efficaces, ou peut-être avez-vous trouvé que les épingles publiées à un moment spécifique de la journée obtiennent plus d'engagement. Peaufinez la conception de vos épingles, la planification, et même le type de produits numériques sur lesquels vous vous concentrez. Rappelez-vous, Pinterest est toujours en évolution, et votre stratégie Pinterest doit être suffisamment flexible pour s'adapter.

En analysant et ajustant régulièrement votre stratégie Pinterest, vous ne tirez pas à l'aveuglette ; vous prenez des décisions basées sur les données qui peuvent considérablement augmenter votre trafic et vos ventes. C'est comme avoir une carte au trésor où 'X' marque l'endroit, et cet endroit est là où se trouvent vos clients idéaux !

N'hésitez pas à innover et à ajuster votre approche si les résultats attendus ne sont pas au rendez-vous.

N'ayez pas peur de changer les choses si vous n'obtenez pas les résultats attendus. Laissez votre compte Pinterest évoluer avec vous et votre activité !





08

BOOSTER VOTRE PROFIL

BOOSTER VOTRE PROFIL

Vous avez jeté les bases, affiné votre stratégie et vous voyez des résultats. Et maintenant ? Il est temps de passer à la vitesse supérieure ! L'expansion consiste à prendre ce qui fonctionne et à en faire plus, mais de manière durable et encore plus rentable.

Promotion des Épingles

Premier point sur la liste : la version de Pinterest de la publicité payante. Si vous avez identifié des épingles qui performent exceptionnellement bien, pourquoi ne pas investir un peu d'argent pour atteindre une audience encore plus large ? La promotion des épingles ressemblent et agissent comme des épingles ordinaires, mais elles ont une portée beaucoup plus large. Vous pouvez cibler des démographies spécifiques, des localisations, et même des centres d'intérêt. Le meilleur ? Vous payez uniquement quand quelqu'un clique pour visiter votre site web. C'est comme avoir un panneau publicitaire sur l'autoroute la plus fréquentée, mais vous payez seulement quand quelqu'un visite réellement votre magasin.

Collaborez

Ensuite, envisagez des collaborations. S'associer avec d'autres pinners, surtout ceux dans des niches complémentaires, peut augmenter exponentiellement votre portée. Pensez-y comme une situation gagnant-gagnant ; vous obtenez une exposition à leur audience, et ils obtiennent une exposition à la vôtre. Cela pourrait être aussi simple que de pinner invité sur les tableaux de l'autre ou aussi impliqué que de co-créer un produit numérique. Par exemple, si vous proposez des guides numériques sur "l'Alimentation Saine", vous associer avec quelqu'un spécialisé dans le "Fitness" pourrait être un match parfait.

Élargissez votre Gamme de Produits

Dernier point mais non le moindre, utilisez les insights que vous avez gagnés sur Pinterest pour élargir votre gamme de produits. Si vous remarquez qu'un sujet particulier ou un type de produit numérique obtient beaucoup de traction, envisagez de créer plus de produits dans cette catégorie. Par exemple, si votre guide numérique sur "Comment Démarrer une Activité Secondaire" est un succès, vous pourriez vouloir créer un cours avancé ou même un modèle pour des plans d'affaires. La clé est d'écouter votre audience ; ils vous disent ce qu'ils veulent à travers leur engagement avec vos épingles.

Et voilà — un guide complet pour monétiser et étendre votre entreprise de produits numériques en utilisant Pinterest. De la configuration de votre compte business à l'affinement de votre stratégie, vous êtes maintenant équipé des outils et connaissances pour conquérir l'univers Pinterest. Alors allez de l'avant et épinglez comme vous ne l'avez jamais fait ! 🚀



09

CONTENU PINTEREST ET CHATGPT

QUOI DEMANDER À CHAT GPT POUR CRÉER DU CONTENU AUTOUR DE PINTEREST

- Commencez avec “hey Chat GPT je suis entrain de lancer mon business sur Pinterest dans le domaine de ____ pourrais-tu m’aider s’il te plait à (ajoutez les points marqués ici) :

- créer des tableaux Pinterest axés sur les intérêts et les passe-temps de mon public cible [détails de votre publique cible ici] , favorisant ainsi l'engagement et générant de l'intérêt pour mon [produit/service/entreprise]. Je cherche à identifier des sujets pertinents et à créer du contenu qui correspond à leurs préférences.

- créer des tableaux Pinterest mettant en avant les témoignages clients, les success stories ou les études de cas pour renforcer la crédibilité, favoriser la confiance et susciter l'intérêt pour mon [produit/service/entreprise].

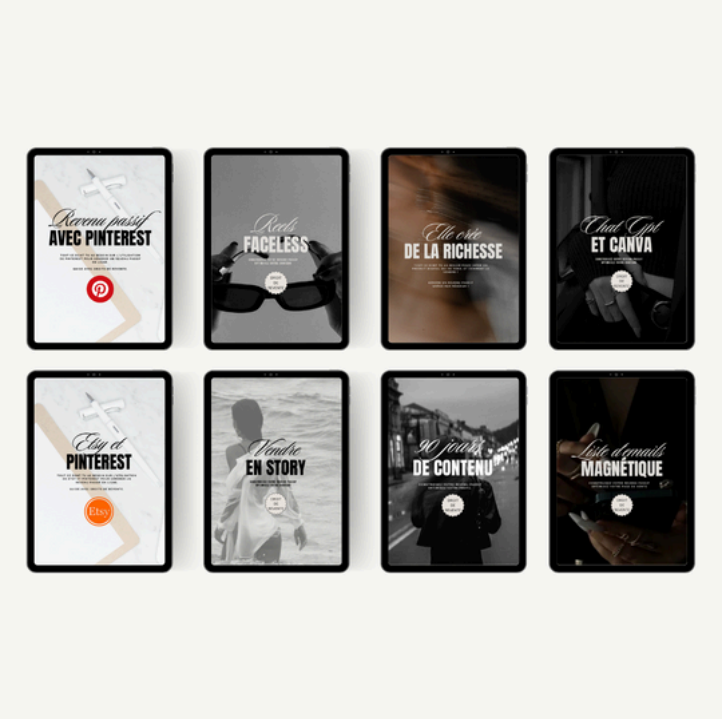
- écrire une description engageante pour une épingle mettant en avant [les avantages de votre service]. Utilise un langage convaincant pour inciter les utilisateurs de Pinterest à en savoir plus.

- écrire une épingle pour encourager les utilisateurs de Pinterest à s'abonner à mon compte ou à recevoir mon ebook gratuit.



Maintenant que votre compte Pinterest est configuré, il est temps de commencer à générer des revenus !

VOUS N'AVEZ PAS LE TEMPS DE CRÉER UN PRODUIT NUMÉRIQUE ? PAS DE PROBLÈME ! VOUS POUVEZ UTILISER LES MIENS...



8 EBOOKS AVEC LES ESSENTIELS DE TOUS LES RESEAUX !

- Comment créer facilement votre produit numérique de A à Z
- Comment configurer votre boutique en ligne afin de pouvoir livrer votre produit facilement et automatiquement !
- Comment commercialiser votre produit en seulement quelques heures par jour en utilisant des stratégies sur instagram, des cadeaux, et des modèles d'e-mails prêts à l'emploi.
- Comment utiliser un système automatisé pour générer des ventes quotidiennes (même pendant que vous passez du temps avec vos enfants ou que vous dormez !)
- EN PLUS, avec les Droits de Revente Maître, vous et vos clients pouvez également le revendre comme le vôtre !

ACCES ICI

Outils que j'utilise tous les jours dans mon entreprise en ligne

Stan Store

CONFIGUREZ votre compte gratuit Stan.store de 14 jours avec mon lien. Merci de noter mon pseudo comme référence : @je-suis-libre-financierement.

[redacted]





Etsy

Je vends des produits numériques sur Etsy. Cliquez ici pour créer votre propre boutique Etsy et obtenir 40 annonces gratuites pour votre boutique Etsy.

[redacted]

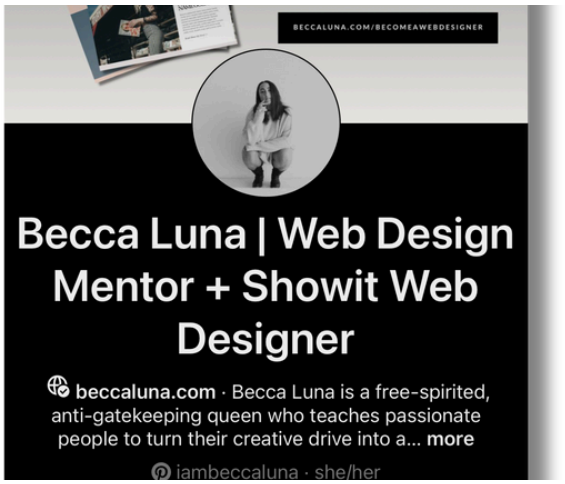
Tailwind

J'utilise Tailwind pour planifier mes publications sur les réseaux sociaux. C'est excellent pour la planification des publications sur les réseaux sociaux et cela me fait gagner beaucoup de temps chaque mois.

[redacted]



Comptes à suivre



BECCA LUNA

Marketing digital
en anglais



ANASTASIA BLOGGER

Conseils Pinterest
en anglais



DESMOTSETDUTHE

Conseils Pinterest en français

TERMES ET CONDITIONS (MRR)

Sous réserve de votre respect de ces Conditions d'Utilisation, vous recevez par la présente les Droits de Label Privé et les Droits de Revente Maître à l'achat du Guide. Cela vous octroie le droit de modifier et revendre ce produit pour 100% des profits.

Les droits supplémentaires incluent :
- Le droit d'ajouter ce produit à une offre ou de le regrouper dans un paquet.
- Le droit de créer des produits audio ou vidéo à l'aide de ce produit.
- Le droit de changer la page de vente et/ou les graphiques.
- Le droit de diviser le produit en sections séparées.
- Le droit d'ajouter ou de retirer du contenu au produit.
- Le droit de mettre votre nom dessus.
- Le droit d'éditer ou de créer vos propres couvertures pour le produit.
- Le droit de vendre ou de transférer les Droits de Label Privé à un tiers.

Veuillez Noter : Les pages de couverture DOIVENT être rebrandées avant la revente. Notre couverture annoncée NE PEUT PAS être utilisée lors de la revente du guide.

Cet ebook être vendu pour un minimum de 15 $ USD.

Cette pratique est fondamentale pour aligner le guide avec votre marque. Pour différencier votre marque des autres acheteurs, nous recommandons des modifications de mise en page, d'image, de police et/ou de titre lors de l'utilisation de ces modèles.

Nous vous demandons également de vous abstenir d'utiliser nos images promotionnelles de listing de boutique, ainsi que de copier et coller notre description de produit. Nous vous encourageons à créer votre propre description du produit et à utiliser vos propres annonces. Faire quelques ajustements pour personnaliser le produit est toujours un choix judicieux lors du rebranding pour la revente.

Etsy : Votre listing Etsy doit être unique pour vous et ne pas concurrencer notre produit original.

CLIQUE ICI POUR LE LIEN CANVA DE CET EBOOK



LE GUIDE DES REELS ULTIME

POUR LES ENTREPRENEURS

« TOUT CE DONT VOUS AVEZ BESOIN POUR CIBLER VOTRE PUBLIC ». AUCUN SECRET GARDÉ ! APPRENEZ À DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE GRÂCE À LA PUISSANCE DES REELS. NOUS COUVRONS TOUT DU POINT A À Z !

LE CONTENU

- BIENVENUE
- ÉQUIPEMENT DES REELS
- ERREURS COURANTES
- TROUVER VOTRE PUBLIC
- LES 4 PILIERS
- HOOKS
- APPEL À L'ACTION
- LÉGENDES
- AUDIO TENDANCE + VOIX OFF
- STRUCTURER UN REEL
- HASHTAGS

Bienvenue

LA CLASSE EST EN SESSION

"Bienvenue dans le guide ultime des Reels ! Le guide ultime des Reels sera votre guide étape par étape pour comprendre les Reels, les créer et, surtout, cibler votre public spécifique. Dans cet ebook, nous ne tenons pas retour. Nous vous révélons tout. Préparez-vous à faire passer votre entreprise au niveau supérieur avec ce guide étape par étape et apprenez comment vous développer globalement dans le monde des médias sociaux.



CHAPITRE 1

ÉQUIPEMENT DE REELS



DANS CE CHAPITRE, NOUS ABORDERONS LES OUTILS ET RESSOURCES NÉCESSAIRES À LA CRÉATION DE REELS DE NIVEAU PROFESSIONNEL. PASSONS AUX BASES DE L'ÉQUIPEMENT DONT VOUS AUREZ BESOIN POUR COMMENCER À CRÉER DU CONTENU COMME LES PROS.

CE DONT VOUS AUREZ BESOIN POUR CRÉER DES REELS COMME LES PROS



TRÉPIED

C'est un must si vous créez du contenu seul ou si votre contenu est basé sur un produit. Avoir un trépied pour Reels est essentiel si vous souhaitez créer du contenu de haute qualité.

ANNEAU LUMINEUX

Bien que l'éclairage naturel soit le meilleur, disposer d'un anneau lumineux est toujours une bonne chose, en particulier pour les séances photo de produits. Une lampe annulaire sur trépied est idéale, mais les lampes portables qui se fixent à votre téléphone sont faciles à utiliser et vous pouvez facilement voyager avec elles.

TÉLÉPHONE

Vous n'avez pas besoin d'un appareil photo professionnel pour capturer du contenu de qualité. Juste un téléphone avec un bon appareil photo et les bons réglages. Nous y reviendrons dans ce guide.



CHAPITRE 2

ERREURS COURANTES

ERREURS COURANTES 🚩

Voici les erreurs courantes qui pourraient empêcher votre reel de générer des ventes ou des vues :

📌 Vos reels ne parlent pas à votre public.

📌 Vous donnez la priorité aux vues et à l'engagement plutôt qu'aux ventes.

📌 Votre reel dure plus de 7 secondes ; les REELS plus courtes ont tendance à devenir plus tendance et vous donnent la possibilité d'être vues par un public plus large.

📌 Vous ajoutez des filtres à vos reels ; l'algorithme pousse principalement du contenu propre, ce qui signifie pas de filtres ! Lorsque les REELS semblent propres et bien éclairées, vous avez plus de chances d'être placé sur la page de l'exploreur.

📌 Vous filmez en mauvaise qualité. Assurez-vous que si vous utilisez votre téléphone, vous filmez en 4K:60 ; cela vous permettra de filmer en haute qualité.

📌 Votre texte n'est pas lisible ; soit vous utilisez des polices non modifiables, soit elles se fondent dans l'arrière-plan. Si votre public ne peut pas lire le texte, il continuera à le faire défiler. Assurez-vous d'utiliser des polices propres et faciles à lire. Conseil de pro : lorsque vous écrivez votre texte, assurez-vous d'utiliser Instagram, car le texte sera consultable et Instagram pourra faire correspondre vos REELS avec le bon public.

📌 Votre reel contient trop de texte et est devenu écrasant. Soyez bref, 2 à 3 phrases maximum. Vous pouvez aller plus en profondeur dans les légendes.

📌 Vous utilisez un son tendance saturé qui arrive aux dernières étapes de sa tendance. Même si un audio peut être tendance (avec la marque), cela ne veut pas dire qu'il n'est pas dans sa phase finale. Vous devez obtenir des audios tendances qui en sont à leurs débuts ou créer les vôtres. (Nous le verrons plus loin dans le guide)

📌Ne pas être cohérent ; Si vous n'êtes pas cohérent dans la publication de votre contenu, vous obtiendrez des résultats incohérents en ce qui concerne votre entreprise, ce qui signifie des ventes et la croissance de votre communauté sur les réseaux sociaux.

📌Vous postez au mauvais moment ; le timing est tout. Publier vos reels au bon moment peut faire une grande différence en termes d'engagement et de visibilité. Faites attention aux moments où votre public est le plus actif et essayez de publier pendant ces périodes.

CHAPITRE 3

TROUVER VOTRE PUBLIC



NOS PROGRÈS

Dans ce chapitre, nous plongerons dans le processus de recherche de votre public cible et de détermination des problèmes ou des sujets auxquels il est actuellement confronté.

OÙ VOUS POUVEZ TROUVER LES BESOINS DE VOTRE PUBLIC

INSTAGRAM

Accédez à la page d'exploration et sur les points forts sous la barre de recherche, trouvez un sujet qui correspond à votre niche, puis consultez les publications qui suscitent le plus d'engagement.

TIC TOK

Accédez à la barre de recherche et recherchez votre niche pour voir ce qui est populaire. L'avantage de TikTok est que vous pouvez filtrer votre recherche. Assurez-vous de filtrer les 30 derniers jours. Il vous indique également ce que d'autres personnes de votre niche ont recherché.

QUORA

Quora est idéal pour trouver des idées lorsque vous réalisez une série de questions et réponses. Quora génère des questions à partir de ce que vous avez recherché et fournit la réponse.



CHAPITRE 4

LES 4 PILIERS

NOS PROGRÈS

Dans ce chapitre, nous aborderons les 4 piliers. Nous explorerons chacun de ces piliers en détail et fournirons des conseils pratiques et des stratégies pour développer vos compétences dans chaque domaine.

LES 4 PILIERS

Le concept de « piliers » fait référence à quatre méthodes distinctes pour se connecter et interagir avec votre public. Ces méthodes incluent l'éducation, la discussion de votre entreprise, l'affichage de votre vulnérabilité et le divertissement de votre public. Quel que soit votre créneau, nous vous proposons quelques idées de REELS pouvant être utilisées pour chaque pilier.

PILIER 1

ÉDUCATIF

- MODE D'EMPLOI
- RÉSOLUTION DE PROBLÈME
- ENSEIGNER UNE NOUVELLE COMPÉTENCE OU UN NOUVEAU MÉTIER
- EXAMENS DE PRODUITS ET RECOMMANDATIONS
- RÉPONDRE AUX QUESTIONS DE VOTRE PUBLIC
- PARTAGEZ DES CONSEILS ET ASTUCES RAPIDES

PILIER 2

ENTREPRISE

- CE QUE VOTRE ENTREPRISE A À OFFRIR
- POURQUOI DEVRAIENT-ILS REJOINDRE VOTRE ENTREPRISE OU ACHETER CHEZ VOUS
- POURQUOI VOTRE ENTREPRISE EST-ELLE DIFFÉRENTE DES RESTES
- PRÉSENTATION DE VOTRE PRODUIT OU SERVICES
- PARTAGE DE TÉMOIGNAGES + HISTOIRES DE SUCCÈS
- PARTAGER AVANT ET APRÈS

PILIER 3

VULNÉRABLE

• POURQUOI AVEZ-VOUS COMMENCÉ
• MISES À JOUR DE LA VIE
• PARTAGEZ QUAND VOUS AVEZ COMMENCÉ ET OÙ VOUS ÊTES MAINTENANT
• PARTAGEZ UNE CITATION INSPIRANTE OU QUELQUE CHOSE D'ÉLÉVATEUR POUR VOUS.

PILIER 4

DIVERTISSEMENT

• VLOGS DE VOYAGE ET D'AVENTURE
• TRANSPORTS DE SHOPPING
• UNE JOURNÉE DANS LE STYLE VLOG DE LA VIE
• ROUTINE D'ENTRAÎNEMENT ET FITNESS
• PARTAGEZ QUELQUE CHOSE DRÔLE RELATIF À VOTRE PUBLIC OU NICHE
• SAUTEZ SUR UNE BOBINE TENDANCE



CHAPITRE 5

HOOKS

NOS PROGRÈS

Dans ce chapitre, nous explorerons la technique d'utilisation des accroches sur vos reels. Nous vous fournirons des conseils pratiques et des stratégies pour utiliser efficacement les accroches afin d'augmenter vos chances d'attirer le bon public. En maîtrisant cette technique, vous pouvez mieux réussir à attirer le bon public et à créer plus d'engagement.

IDÉES DE ACCROCHES

01 – LISTE D'IDÉES

☐ 3 MÉTHODES ÉPROUVÉES POUR _____ QUI FONCTIONNENT RÉELLEMENT

☐ 3 LEÇONS QUE J'AI APPRISES QUAND _____

☐ 3 ASTUCES POUR _____ DONT JE VOUS PROMETS QUE VOUS N'AVEZ JAMAIS ENTENDU PARLER

☐ 3 ÉTAPES POUR _____ QUI ONT DU SENS

☐ 3 FAÇONS CONNUES DE _____ QUI _____

☐ 3 FAÇONS DE _____ (LA 3 EST MA PRÉFÉRÉE)

☐ 3 CHOSES QUE VOUS NE SAVIEZ PROBABLEMENT PAS SUR _____

☐ CES 3 CHOSES CHANGERONT VOTRE FAÇON DE _____

☐ 3 FAÇONS D'OBTENIR _____ SANS AVOIR _____

02 – LÉGENDE IDÉES DÉTAILLÉES

☐ LA MANIÈRE LA PLUS FACILE DE _____

☐ LE GUIDE 2024 DU _____

☐ J'AI CRAQUÉ LE CODE DE _____

☐ JE SUIS SUR LE POINT D'EXPOSER _____

☐ FAITES CES CHOSES POUR GAGNER DU TEMPS ET DE L'ARGENT SUR _____

☐ LEVEZ LA MAIN SI VOUS _____

☐ ARRÊTEZ DE DÉFILER SI VOUS _____

☐ VRAI OU FAUX

☐ LAISSEZ-MOI PARTAGER UN SECRET AVEC VOUS

03 – IDÉES DE TRANSFORMATION

☐ REGARDEZ SI VOUS VOULEZ VOIR LA TRANSFORMATION ULTIME !

☐ JE SUIS SUR LE POINT DE VOUS ÉPATER...

04 – UNE IDÉE DE SUJET

☐ J'APPELLE TOUS _____, VOUS AVEZ BESOIN DE CE CONSEIL !

☐ LA CHOSE N°1 DONT VOUS AVEZ BESOIN QUAND _____

☐ LA QUESTION N°1 QUE JE REÇOIS SUR _____

☐ JE PARIE QUE TU FAIS _____ MAL

☐ CE FAIT VA CHANGER VOTRE VIE

☐ HÉ (VOTRE PUBLIC), JE VOUS VOIS (FAIRE/LUTTER/ETC) AVEC _____

☐ MON HACK PRÉFÉRÉ POUR _____

☐ LA MANIÈRE LA PLUS FACILE DE _____

05 – IDÉES CONTROVERSÉES

☐ TU N'AIME VRAIMENT PAS CE QUE JE M'APPLIQUE À TE DIRE..

☐ OPINION IMPOPULAIRE... LA VILAINE VÉRITÉ SUR _____

☐ JE SUIS PRÊT À PARIER UN MILLION DE DOLLARS QUE _____

☐ SI VOUS ÊTES FACILEMENT OFFENSÉ, VOUS VOULEZ CONTINUER À DÉFILER !

☐ C'EST CE QUI VOUS EMPÊCHE DE (RÉALISATION/OBJECTIF)

☐ TOUT CE QUE J'AURAIS AIMÉ SAVOIR AVANT...

☐ PERSONNE NE PARLE DE CELA _____

CHAPITRE 6

APPEL À ACTIONS

L'OBJECTIF PRINCIPAL DE CE CHAPITRE EST DE VOUS GUIDER SUR LA FAÇON D'INTÉGRER DES APPELS À L'ACTION DANS VOS REELS INSTAGRAM. UN CTA FOURNIT UNE DIRECTION CLAIRE AUX TÉLÉSPECTATEURS APRÈS AVOIR REGARDÉ VOTRE VIDÉO. IL PEUT S'AGIR DE VISITER VOTRE SITE WEB, DE SUIVRE VOS COMPTES DE RÉSEAUX SOCIAUX OU DE VOUS INSCRIRE À VOTRE NEWSLETTER.

NOS PROGRÈS

APPEL À L'ACTION

Il est crucial d'avoir des appels à l'action (CTA) efficaces dans vos reels, car ils indiquent à votre public comment vous contacter. Avoir un CTA fort peut également générer un sentiment d'urgence, conduisant à un engagement et un trafic sur le site Web plus élevés, augmentant ainsi votre audience et votre activité.

Un bon conseil est d'utiliser différents CTA dans vos Reels, vous permettant d'identifier ceux qui résonnent le plus auprès de votre public. Vous pouvez recréer des Reels précédents qui ont réussi pour assurer une croissance et un succès continus.

CHOISISSEZ LE CTA SELON VOS BESOINS.

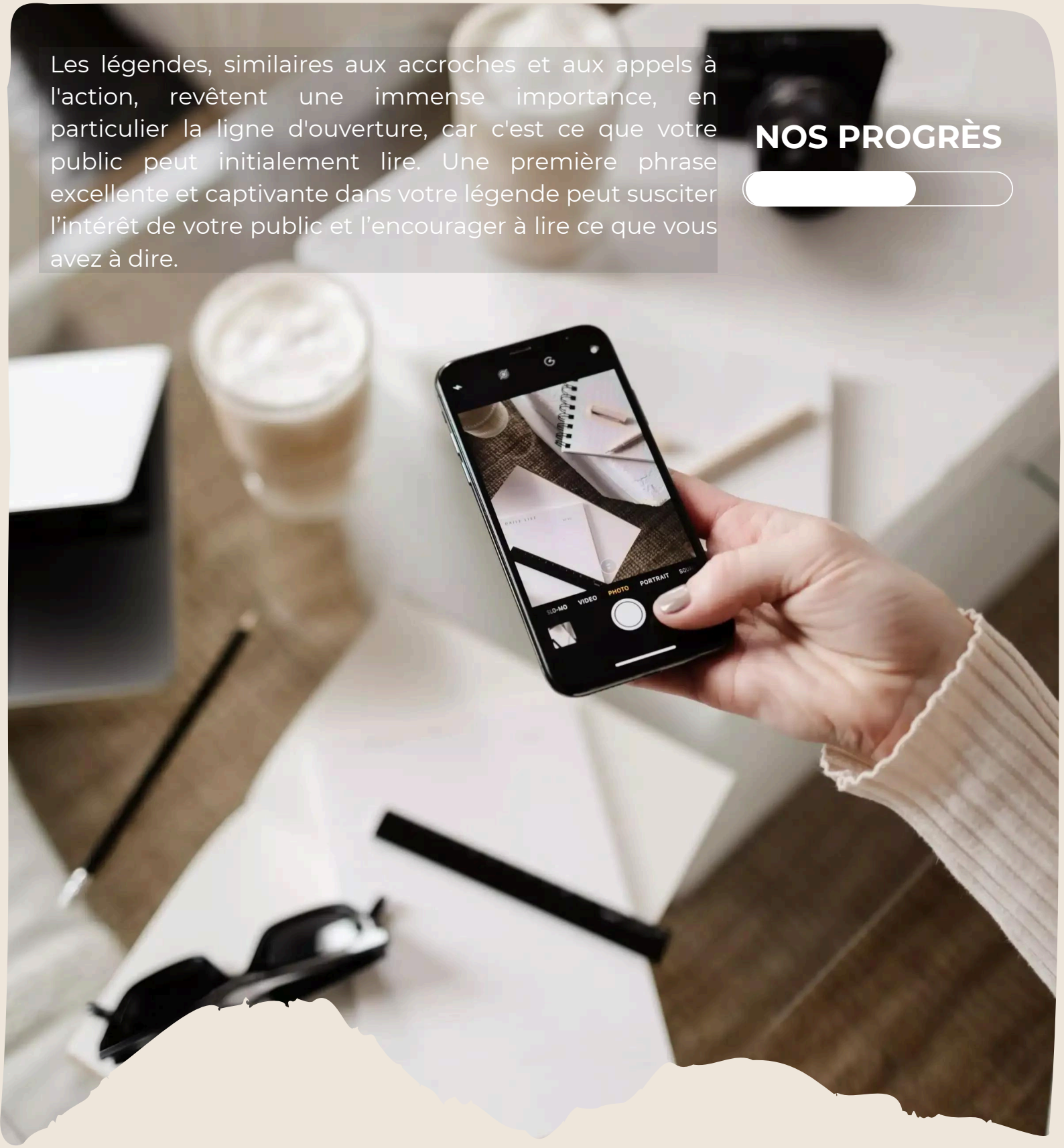
• UTILISEZ LE CTA « PARTAGER » POUR CRÉER UN PARTAGE.
• UTILISEZ LE CTA « ENREGISTRER » POUR CRÉER DE L'ENGAGEMENT.
• UTILISEZ LE CTA « COMMENTAIRE » SI VOUS VOULEZ INCITER VOTRE PUBLIC À VOUS CONTACTER.

VOICI QUELQUES APPELS À L'ACTION POUR CHAQUE NICHE :

1. COMMANDEZ LE VÔTRE MAINTENANT ! (CLIQUEZ SUR LE LIEN DANS LA BIO)
2. VOUS NE VOULEZ PAS MANQUER ? REJOIGNEZ LA LISTE D'ATTENTE. (LIEN DANS LA BIO)
3. DM ME "CODEWORD" POUR OBTENIR PLUS D'INFORMATIONS
4. VOUS VOULEZ ACCÉDER À NOS RÉDUCTIONS EXCLUSIVES ? COMMENTEZ « MOT DE CODE » OU DMEZ-MOI « MOT DE CODE »
5. LAISSER UN (INSÉRER UN EMOJI)
6. CLIQUEZ SUR LE LIEN DANS MA BIO POUR _____
7. TROUVEZ UNE RÉDUCTION SPÉCIALE VIA LE LIEN DANS MA BIO
8. REJOIGNEZ MA NEWSLETTER VIA LE LIEN DANS MA BIO
9. TROUVEZ CELA UTILE ? N'OUBLIEZ PAS DE PARTAGER
10. TAGUEZ VOS BFFS QUI ONT BESOIN DE VOIR CECI

Les légendes, similaires aux accroches et aux appels à l'action, revêtent une immense importance, en particulier la ligne d'ouverture, car c'est ce que votre public peut initialement lire. Une première phrase excellente et captivante dans votre légende peut susciter l'intérêt de votre public et l'encourager à lire ce que vous avez à dire.

NOS PROGRÈS



CHAPITRE 7

LÉGENDES

DÉBUTS DE LÉGENDE

VOICI 10 DE NOS ACCROCHES PRÉFÉRÉES POUR DES LÉGENDES

- DERNIÈRES NOUVELLES!
- APPEL À TOUS _____
- COMMENT JE SUIS PASSÉ DE _____ À _____
- OPINION IMPOPULAIRE : _____
- N'ALAIS PAS PARTAGER CECI MAIS _____
- J'AI UNE CONFESSION À FAIRE!
- VOUS DEVEZ ENTENDRE CECI _____
- LES GENS AIMENT POSER CETTE QUESTION : _____
- X ÉTAPES VERS _____
- OK, parlons de l'éléphant dans la chambre.

STRUCTURER UNE LÉGENDE EST TOUT COMME LE TEXTE DANS VOS REELS. VOUS AVEZ BESOIN D'UNE ACCROCHE (CAPTION STARTER), D'UN CORPS ET DE TERMINER PAR UN APPEL À L'ACTION

CHAPITRE 8

AUDIO TENDANCE

+ VOIX OFF



AUDIO

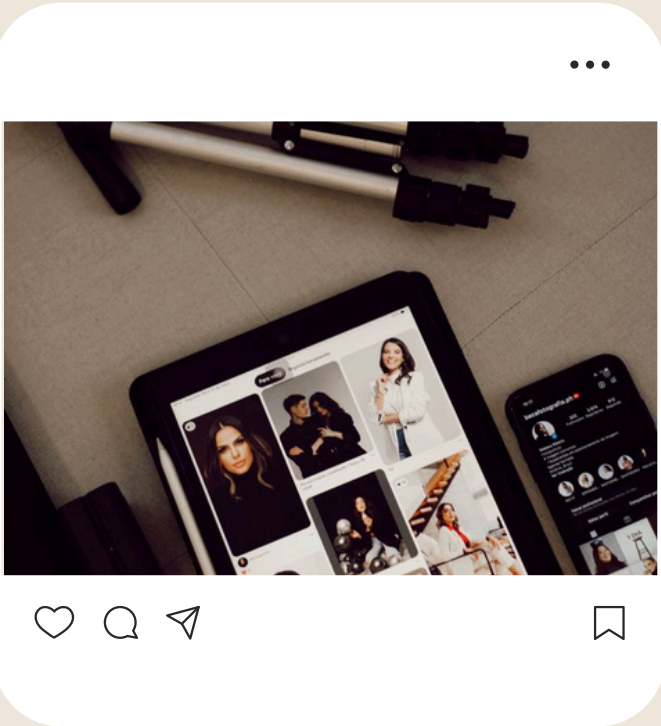
LES AUDIOS TENDANCES SONT L'UNE DES PARTIES LES PLUS IMPORTANTES DE VOTRE REEL ; CELA DEVRAIT EN RÉALITÉ ÊTRE LA PREMIÈRE CHOSE QUE VOUS RECHERCHEZ LORS DE LA CRÉATION DE VOTRE REEL. LORSQUE LA BOBINE se connecte à votre audio, elle devient accrocheuse pour votre public.

- L'audio aide également avec les vues s'il est tendance.
- Si vous souhaitez partager plusieurs points, trouvez un audio tendance avec plusieurs rythmes.
- Si vous souhaitez simplement partager un point, choisissez un son continu et fluide.
- Jeter un œil aux sons les plus tendances sur TikTok est un excellent point de départ puisque TikTok définit les tendances et Instagram suit. Beaucoup de ces sons seront certainement très populaires sur les deux plateformes !

VOICI COMMENT CRÉER OU SAVOIR QUAND UN AUDIO EST TENDANCE :

L'AUDIO A UNE MARQUE ✓ ON.

L'AUDIO A MOINS DE 5000 REELS CRÉÉES EST UN AUDIO "TENDANCE" ACTUEL



Si vous souhaitez créer votre propre audio : enregistrez votre écran avec la lecture audio. Ensuite, accédez à Instagram tout en modifiant votre Reel, cliquez sur audio et cliquez sur télécharger. Téléchargez la vidéo avec l'enregistrement. Cela extraira l'audio de votre enregistrement d'écran et en fera votre audio original.

TENDANCE

VOIX

LES VOIX OFF SONT UN EXCELLENT MOYEN DE PERSONNALISER UNE REINE ET DE PARLER DIRECTEMENT À VOTRE PUBLIC. SI VOUS UTILISEZ DES VOIX OFF, ASSUREZ-VOUS QUE L'AUDIO NE SURPASSERA PAS VOTRE VOIX OFF.

POUR FAIRE UNE VOIX OFF SUR LES REELS, SUIVEZ CES ÉTAPES :

1. OUVREZ INSTAGRAM ET NAVIGUEZ VERS VOTRE PROFIL.
2. CLIQUEZ SUR L'ICÔNE DE LA CAMÉRA POUR CRÉER UNE NOUVELLE BOBINE.
3. UNE FOIS QUE VOUS ÊTES DANS L'ÉCRAN DE LA CAMÉRA, BALAYEZ À DROITE POUR TROUVER LE MENU AUDIO.
4. TROUVEZ ET SÉLECTIONNEZ L'OPTION « VOICEOVER ».
5. POSITIONNEZ-VOUS O VOUS VOULEZ COMMENCER À ENREGISTRER LA VOIX OFF.
6. EN OPTION, VOUS VOULEZ AJOUTER UN COMPTE À REBOURS POUR VOUS DONNER LE TEMPS DE PRÉPARER L'ENREGISTREMENT.
7. CLIQUEZ SUR LE BOUTON « ENREGISTRER » ET COMMENCEZ À ÉCRIRE VOTRE SCRIPT.
8. CLIQUEZ SUR LE BOUTON « STOP » LORSQUE VOUS AVEZ TERMINÉ L'ENREGISTREMENT.
9. VOUS POUVEZ MAINTENANT MODIFIER LE VOLUME ET AJOUTER DE LA MUSIQUE OU D'AUTRES SONS À VOTRE BOBINE.

OFF



CHAPITRE 9

STRUCTURER VOS REELS

NOS PROGRÈS

Dans ce chapitre, nous vous fournirons des conseils sur la façon de structurer efficacement vos REELS Instagram. Nous partagerons des informations et des techniques précieuses qui peuvent vous aider à organiser votre contenu de manière à maintenir l'engagement et l'intérêt de vos spectateurs.

STRUCTURE D'UN REEL

POUR STRUCTURER UN REEL, VOUS POUVEZ SUIVRE CES ÉTAPES :

• DÉTERMINEZ VOTRE NICHE + VOTRE PUBLIC CIBLE

• CHOISISSEZ UN THÈME OU UN SUJET POUR VOTRE REEL

• TROUVEZ UN AUDIO TENDANCE

• ENREGISTREZ VOS IMAGES (N'OUBLIEZ PAS DE LES SAUVEGARDER AVANT D'ÉCRIRE UN TEXTE JUSTE AU CAS OU VOUS VOULEZ L'UTILISER À L'AVENIR) CONSEIL DE PRO : FILMEZ VOS VIDÉOS À 60 FPS DE CETTE FAÇON VOUS POUVEZ LES RALENTIR À 0,70 LORS DU MONTAGE ET CELA FERA VOS IMAGES LISSES.

• COMMENCEZ PAR UN CROCHET ATTRIBUANT L'ATTENTION POUR ATTIRER VOTRE PUBLIC

• NE GARDEZ PAS PLUS DE DEUX PHRASES LE TEXTE. LORSQUE LES REELS ONT TROP DE TEXTE, CELA DÉCOURAGE VOTRE PUBLIC



• UTILISEZ DES TRANSITIONS POUR CONNECTER EN DOUCEUR CHAQUE CLIP ET ALLER AVEC L'AUDIC

• GARDEZ-LE COURT ET DOUX, IDÉALEMENT MOINS DE 10 SECONDES

• TERMINEZ PAR UN APPEL À L'ACTION

• AJOUTEZ VOTRE COUVERTURE DE BOBINE QUI VA AVEC VOTRE MARQUE.

• ÉCRIVEZ UNE LÉGENDE QUI VA AVEC VOTRE BOBINE. ICI, VOUS POUVEZ ALLER PLUS EN PROFONDEUR EN DÉCRIVANT VOTRE REEL.

• INCLUREZ DES HASHTAGS PERTINENTS

• ENGAGEZ AVEC VOTRE PUBLIC 10 MINUTES AVANT LA PUBLICATION ET 10 MINUTES APRÈS LA PUBLICATION DE VOTRE REEL.

• PARTAGEZ VOTRE REEL DANS VOS HISTOIRES

• RÉPONDEZ AUX COMMENTAIRES POUR ENGAGER VOTRE PUBLIC.

QUAND PUBLIER VOS REELS

LE TEMPS EST TOUT ! PUBLIER VOS REELS AU BON MOMENT PEUT FAIRE UNE GRANDE DIFFÉRENCE EN TERMES D'ENGAGEMENT ET DE VISIBILITÉ.

ALLEZ À VOTRE PAGE.

CLIQUEZ SUR TABLEAU DE BORD PROFESSIONNEL (SI VOTRE PAGE N'EST PAS SUR ENTREPRISE OU CRÉATEUR VOUS NE LE VERREZ PAS)

CLIQUEZ SUR TOUT VOIR À SUIVANT POUR APERÇU DU COMPTE

CLIQUEZ SUR LE TOTAL DES ABONNÉS

VOUS POUVEZ VOIR VOS ABONNÉS > ABONNÉS ATTEINTS > ABONNÉS ENGAGÉS > MEILLEURS EMPLACEMENTS DE VOS ABONNÉS > GROUPE D'ÂGE > SEXE

AUX HEURES LES PLUS ACTIFS, VOUS VOIR LES HEURES ET LES JOURS VOS ABONNÉS SONT LES PLUS ACTIFS. C'EST AUX MOMENTS LES PLUS ACTIFS QUE VOUS DEVRIEZ PUBLIER. JE VOUS RECOMMANDE DE RÉVISER CES STATISTIQUES TOUTES LES DEUX SEMAINES, CAR ELLES POURRAIENT CHANGER À MESURE QUE VOTRE SUITE GRANDIT.



CHAPITRE 10

HASHTAGS

NOS PROGRÈS

Le but de ce chapitre est de fournir des conseils sur la façon d'utiliser efficacement les hashtags dans vos Reels Instagram. En suivant nos suggestions, vous pourrez apprendre à optimiser vos reels avec des hashtags appropriés, ce qui peut augmenter votre visibilité et votre engagement sur la plateforme.

HASHTAGS

Les hashtags sont connus pour augmenter la visibilité et la découvrabilité de vos publications. En utilisant des hashtags pertinents, vous pouvez toucher un public plus large et attirer plus de followers.

Les hashtags permettent également aux utilisateurs de trouver plus facilement des types de contenu spécifiques et peuvent vous aider à vous connecter avec d'autres utilisateurs partageant des intérêts ou des valeurs similaires.

En bref, les hashtags sont un outil puissant pour étendre votre portée et développer votre marque sur Instagram !

• La question n°1 est toujours : combien de hashtags devriez-vous utiliser ?
Vous devez utiliser environ 5 hashtags liés à votre publication.

• Un excellent générateur de hashtag est CopyAI. Ce site Web vous aide à générer des hashtags avec une concurrence moindre.

• Lorsque vous trouvez des hashtags liés à votre niche, cela vous aidera à trouver un public qui correspond à votre produit ou service.

• Les hashtags doivent refléter votre emplacement, votre produit ou votre secteur d'activité, être liés à votre Reel et à votre public cible.

HEBDO

planificateur

LUNDI

MARDI

MERCREDI

JEUDI

VENDREDI

SAMEDI

DIMANCHE

Remarques

ÉDITION SANS VISAGE AVEC DROITS DE REVENTE

MARKETING TIKTOK

SANS VISAGE

COMMENT GAGNER DE L'ARGENT SUR TIKTOK SANS MONTRER VOTRE VISAGE

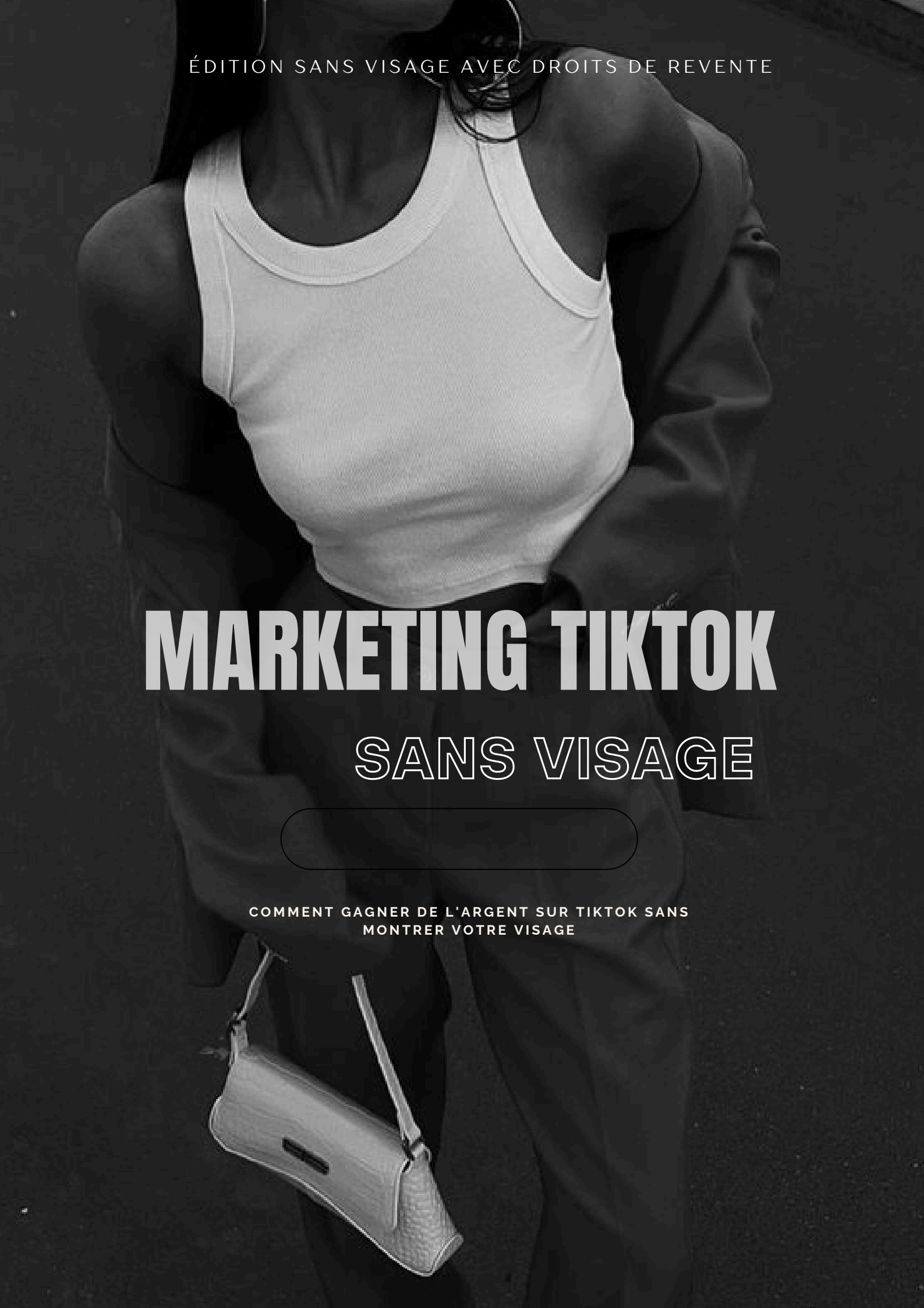


TABLEAU DE CONTENU

1
- CHOISIR UNE NICHE
- COMPRENDRE L'AUDIENCE TIKTOK
- IDENTIFIER LES NICHES RENTABLES
- ALIGNER LA NICHE AVEC LES INTÉRÊTS PERSONNELS
- ADAPTATION DE NICHE
- FINALISER VOTRE CHOIX DE NICHE
- MEILLEURES IDÉES DE NICHE

2
- CRÉATION DE CONTENU
- STRATÉGIE DE CONTENU
- CRÉER DU CONTENU ORIGINAL
- IA ET AUTOMATISATION POUR LA PRODUCTION VIDÉO
- MAXIMISER LE SUCCÈS DE TIKTOK AVEC CHATGPT
- MÉTHODE DE VIDÉOS EN MASSE
- COMMENT RENDRE LES VIDÉOS VIRALES

3
- PLANIFICATION DE VIDÉOS TIKTOK
- RÉPUBLICATION ET RECHERCHE DE CONTENU
- ÉTAPE PAR ÉTAPE POUR LE CONTENU VIRAL REPUBLIÉ
- FAUX CLIPS DE PODCAST VIRAUX
- PARTAGE INTELLIGENT : DE TIKTOK VERS INSTAGRAM

4
- CONSTRUIRE ET ENGAGER VOTRE PUBLIC
- ALGORITHME ET HASHTAGS

5
- MÉTHODES DE MONÉTISATION
- MARKETING D'AFFILIATION BASÉ SUR LES PRODUITS
- AFFILIÉ AUX COURS NUMÉRIQUES
- MARKETING D'AFFILIATION À PRIX ÉLEVÉ
- VENDRE VOS PROPRES PRODUITS NUMÉRIQUES
- LIVRAISON DIRECTE
- PROGRAMME DE CRÉATIVITÉ DE TIK TOK

6
- CRÉER DES PUBLICITÉS TIKTOK EFFICACES

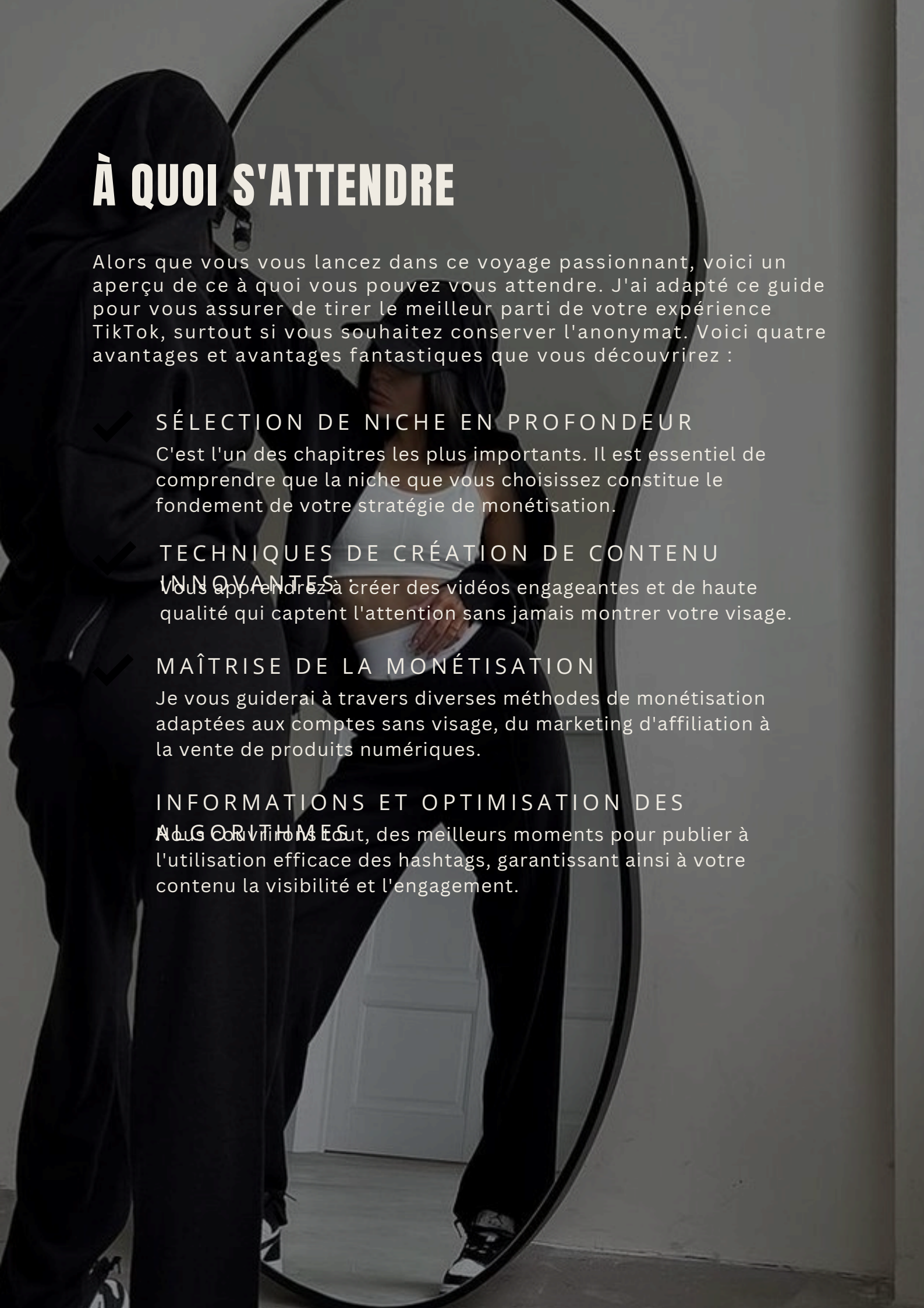
ACCUEILLIR



Bienvenue dans le monde passionnant du succès sans visage de TikTok ! Je suis ravi de vous guider dans ce voyage où l'anonymat rencontre la créativité. Dans ce guide, nous plongerons dans le domaine dynamique de TikTok, explorant comment vous pouvez vous tailler votre propre niche, créer du contenu convaincant et monétiser vos efforts, le tout sans révéler votre identité.

PRÊT À COMMENCER?

Prêt à libérer la puissance du contenu TikTok sans visage et à transformer votre compte en une machine à gagner de l'argent ? Plongeons-nous et commençons ensemble ce voyage transformateur. Votre public vous attend, il est temps de lui montrer ce que vous avez, sans jamais montrer votre visage. Faisons en sorte qu'un peu de magie TikTok se produise !



À QUOI S'ATTENDRE

Alors que vous vous lancez dans ce voyage passionnant, voici un aperçu de ce à quoi vous pouvez vous attendre. J'ai adapté ce guide pour vous assurer de tirer le meilleur parti de votre expérience TikTok, surtout si vous souhaitez conserver l'anonymat. Voici quatre avantages et avantages fantastiques que vous découvrirez :

SÉLECTION DE NICHE EN PROFONDEUR

C'est l'un des chapitres les plus importants. Il est essentiel de comprendre que la niche que vous choisissez constitue le fondement de votre stratégie de monétisation.

TECHNIQUES DE CRÉATION DE CONTENU INNOVANTES :

Vous apprendrez à créer des vidéos engageantes et de haute qualité qui captent l'attention sans jamais montrer votre visage.

MAÎTRISE DE LA MONÉTISATION

Je vous guiderai à travers diverses méthodes de monétisation adaptées aux comptes sans visage, du marketing d'affiliation à la vente de produits numériques.

INFORMATIONS ET OPTIMISATION DES ALGORITHMES

Nous couvrirons tout, des meilleurs moments pour publier à l'utilisation efficace des hashtags, garantissant ainsi à votre contenu la visibilité et l'engagement.

INTRODUCTION

Salut! Plongeons dans quelque chose d'assez cool qui se passe sur TikTok : l'idée même de faire des vidéos sans montrer votre visage. Ce n'est pas seulement une tendance ; c'est une façon intelligente de gagner de l'argent, et voici pourquoi.

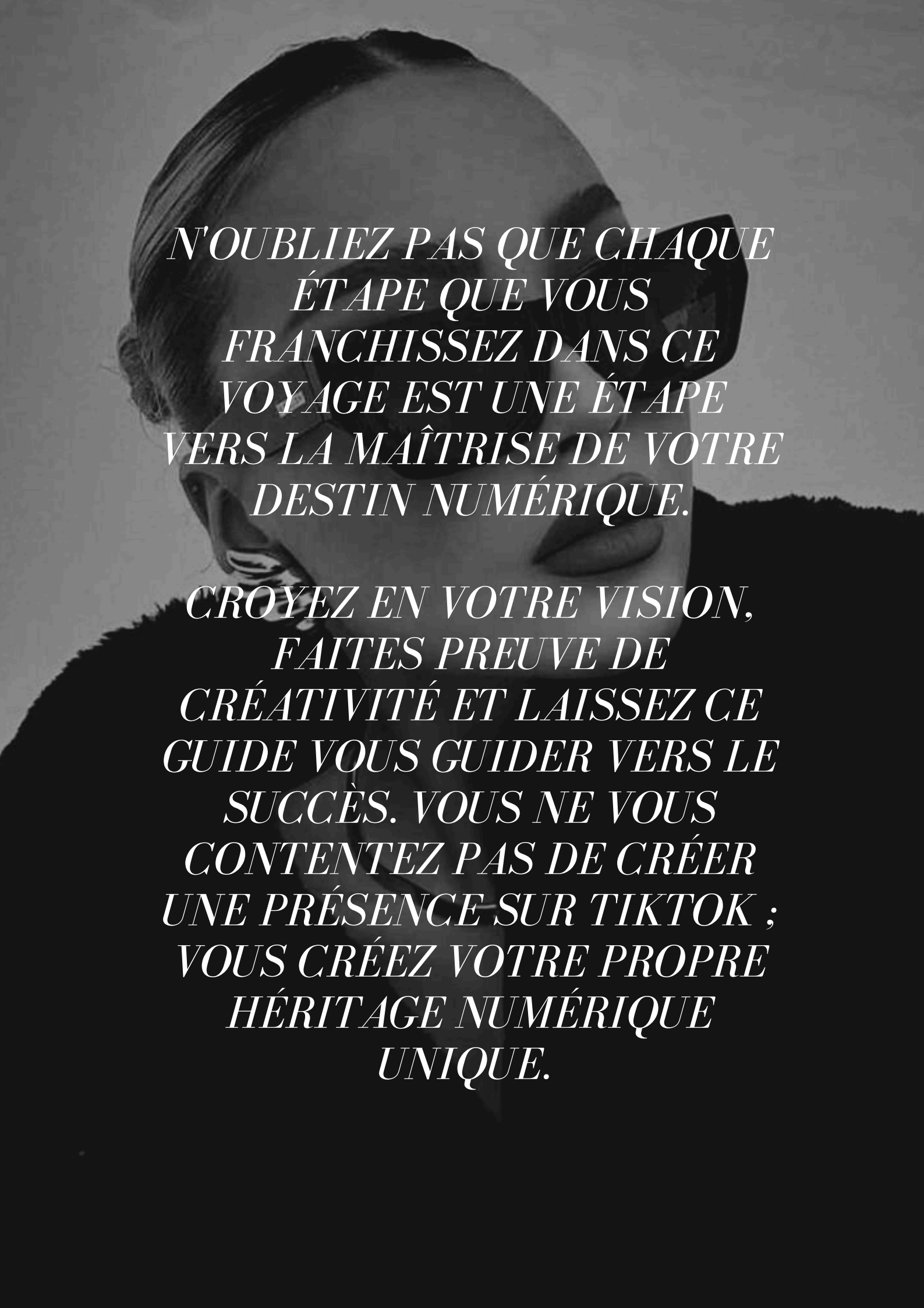
Lorsque vous créez des vidéos sans montrer qui vous êtes, vous ouvrez un monde de possibilités. Vous êtes libre d'explorer toutes sortes de contenus sans vous soucier de votre apparence ou de ce que les gens pourraient penser de vous personnellement. Cela signifie que vous pouvez vous concentrer uniquement sur ce que votre public aime, sur les tendances ou sur ce qui se vend le mieux. Tout dépend du contenu, pas du créateur, ce qui peut constituer un énorme avantage.

L'un des plus grands avantages du mode sans visage est la confidentialité qu'il offre. Vous pouvez créer une présence complète sur TikTok, obtenir des tonnes de followers et commencer à gagner de l'argent, tout en gardant votre vie personnelle complètement séparée. C'est génial si vous êtes un peu timide ou si vous appréciez simplement votre vie privée. De plus, cela ajoute un peu de mystère à votre contenu, ce qui peut vraiment attirer les gens.

Maintenant, à propos de gagner de l'argent. Avec un compte sans visage, vous pouvez vous plonger dans des domaines tels que le marketing d'affiliation, le contenu sponsorisé ou la promotion de produits sans les lier directement à votre identité personnelle. Cela peut être une grande victoire si vous faites la promotion d'une variété de produits ou si vous travaillez avec différentes marques. Votre contenu peut être plus flexible et diversifié, ce qui est idéal pour attirer un public plus large.

Pensez également au long jeu. Si jamais vous décidez de vendre votre compte TikTok, ne pas y associer votre visage pourrait le rendre plus attrayant pour les acheteurs. Ils peuvent facilement prendre le relais et maintenir le contenu fluide sans accroc.

Bref, un compte TikTok sans visage peut être une mine d'or. Il vous permet de créer du contenu uniquement axé sur ce qui fonctionne le mieux pour votre public et votre portefeuille, sans la pression d'être sous les projecteurs. Vous pouvez préserver votre vie privée, vous amuser avec votre contenu et potentiellement apporter de nombreux changements en cours de route. Cela ressemble à une situation gagnant-gagnant, n'est-ce pas ?



N'OUBLIEZ PAS QUE CHAQUE ÉTAPE QUE VOUS FRANCHISSEZ DANS CE VOYAGE EST UNE ÉTAPE VERS LA MAÎTRISE DE VOTRE DESTIN NUMÉRIQUE.

CROYEZ EN VOTRE VISION, FAITES PREUVE DE CRÉATIVITÉ ET LAISSEZ CE GUIDE VOUS GUIDER VERS LE SUCCÈS. VOUS NE VOUS CONTENTEZ PAS DE CRÉER UNE PRÉSENCE SUR TIKTOK ; VOUS CRÉEZ VOTRE PROPRE HÉRITAGE NUMÉRIQUE UNIQUE.



CHAPITRE 1

VOTRE NICHE

DÉCOUVRIR VOTRE NICHE

Alors, pourquoi est-il si important de choisir une niche ? Eh bien, c'est à peu près la base de tout ce que vous ferez sur TikTok. Le créneau que vous choisissez façonnera le type de vidéos que vous réaliserez, les personnes qui les regarderont et, plus important encore, la manière dont vous en tirerez de l'argent. C'est comme ouvrir une boutique ; vous devez savoir ce que vous vendez et à qui vous le vendez.

Maintenant, il y a un petit exercice d'équilibre ici. D'un côté, vous avez ce que vous aimez et ce qui vous intéresse. C'est très important car si vous n'êtes pas intéressé par ce que vous créez, ça va être difficile de continuer. Imaginez parler de quelque chose que vous trouvez ennuyeux tous les jours – non merci, n'est-ce pas ? De l'autre côté, vous avez ce qui est réellement populaire et rentable sur TikTok. Cela ne sert à rien de choisir une niche que vous aimez, mais personne d'autre ne le fait. C'est comme être un DJ et jouer uniquement vos chansons préférées sur lesquelles personne d'autre ne veut danser.

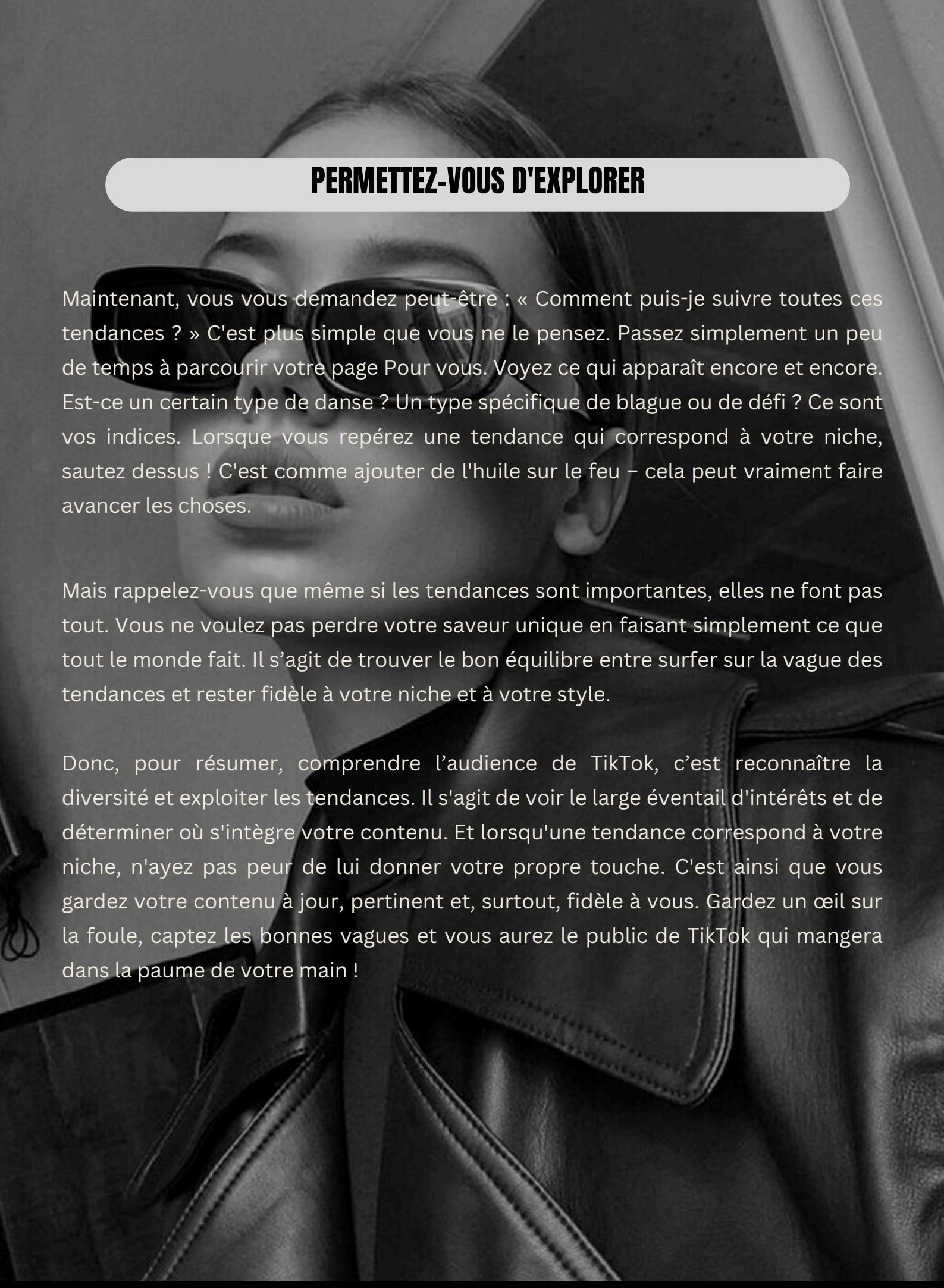
Boom – vous avez une niche qui est à la fois quelque chose qui vous passionne et qui est populaire. De cette façon, vous êtes plus susceptible de vous y tenir et d'apprécier le processus, et les gens sont plus susceptibles de regarder vos vidéos et d'interagir avec elles.
Choisir le bon créneau, c'est comprendre ce pour quoi vous êtes bon, ce que vous aimez et ce qui peut susciter des opinions. C'est un mélange de suivre votre cœur et d'utiliser votre tête. Réussissez cette partie et vous vous préparez à un sérieux succès sur TikTok.

Pensez à ce que vous aimez, à ce dans quoi vous excellez et aux tendances. Trouvez ce juste milieu et vous êtes sur la bonne voie pour créer du contenu qui non seulement vous apporte de la joie, mais qui a également le potentiel de vous rapporter beaucoup d'argent !

COMPRENDRE L'AUDIENCE TIKTOK



Savoir qui regarde est tout aussi important que ce que vous publiez.
Tout d’abord, l’audience de TikTok est très diversifiée. Il y a un mélange de personnes de tous âges, des adolescents aux parents, et ils s'intéressent tous à des choses différentes. Certains sont là pour rire, certains pour des conseils de bricolage, d'autres pour des routines de remise en forme, des conseils pour manifester, des idées commerciales et bien plus encore.
Ce mélange de données démographiques et d’intérêts est comme un buffet d’opportunités pour vous. Cela signifie que peu importe ce que vous aimez, il y a probablement un groupe de personnes sur TikTok qui s'y intéressent également.
Mais c'est ici que cela devient intéressant. TikTok s'intéresse aux tendances. C'est comme une vague : attrapez-la correctement et vous pourrez la chevaucher jusqu'au rivage. Manquez ça, et bien, vous flottez simplement. Les tendances sur TikTok peuvent faire monter en flèche la popularité d’une niche du jour au lendemain. Un jour, tout tourne autour du pain au levain ; le lendemain, tout le monde prépare du café fouetté. Suivre ces tendances est crucial car cela vous aide à rester pertinent et intéressant.



PERMETTEZ-VOUS D'EXPLORER

Maintenant, vous vous demandez peut-être : « Comment puis-je suivre toutes ces tendances ? » C'est plus simple que vous ne le pensez. Passez simplement un peu de temps à parcourir votre page Pour vous. Voyez ce qui apparaît encore et encore. Est-ce un certain type de danse ? Un type spécifique de blague ou de défi ? Ce sont vos indices. Lorsque vous repérez une tendance qui correspond à votre niche, sautez dessus ! C'est comme ajouter de l'huile sur le feu – cela peut vraiment faire avancer les choses.

Mais rappelez-vous que même si les tendances sont importantes, elles ne font pas tout. Vous ne voulez pas perdre votre saveur unique en faisant simplement ce que tout le monde fait. Il s’agit de trouver le bon équilibre entre surfer sur la vague des tendances et rester fidèle à votre niche et à votre style.

Donc, pour résumer, comprendre l’audience de TikTok, c’est reconnaître la diversité et exploiter les tendances. Il s'agit de voir le large éventail d'intérêts et de déterminer où s'intègre votre contenu. Et lorsqu'une tendance correspond à votre niche, n'ayez pas peur de lui donner votre propre touche. C'est ainsi que vous gardez votre contenu à jour, pertinent et, surtout, fidèle à vous. Gardez un œil sur la foule, captez les bonnes vagues et vous aurez le public de TikTok qui mangera dans la paume de votre main !

IDENTIFIER LES NICHES RENTABLES



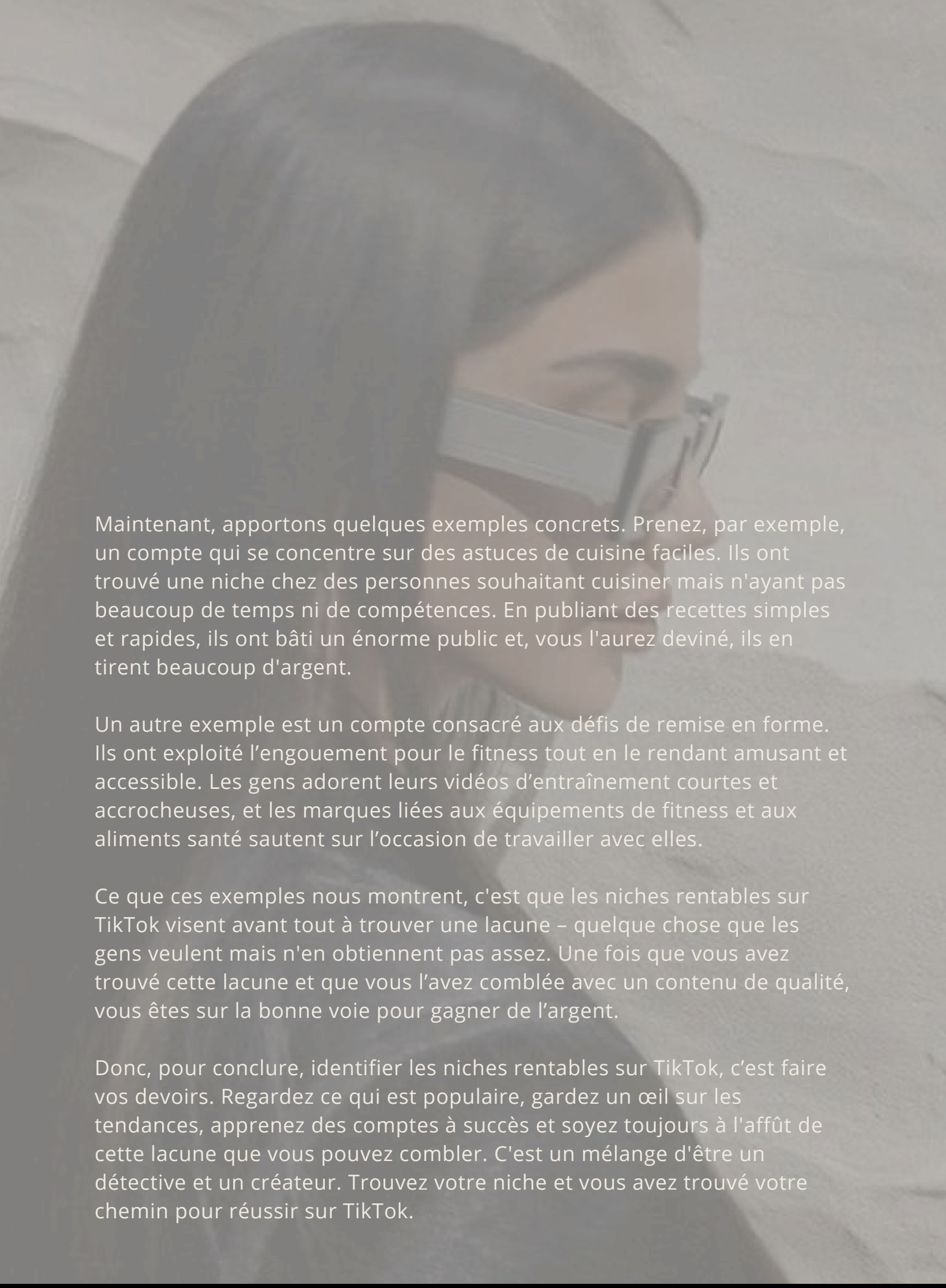


Très bien, parlons de la recherche de ces zones idéales pour gagner de l'argent sur TikTok – les niches rentables, car je suis sûr que la raison pour laquelle vous avez acheté ce guide est de gagner de l'argent en ligne.

Tout d'abord, l'étude de marché est votre carte du trésor. Cela semble sophistiqué, mais il s'agit simplement de prêter attention à ce qui fonctionne déjà sur TikTok. Commencez par consulter les comptes populaires. Que publient-ils ? Comment interagissent-ils avec leur public ? C'est comme apprendre des pros. Ces gars-là ont déjà compris ce qui fonctionne, alors prenez des notes.

Ensuite, gardez un œil sur les hashtags tendances. Ce sont comme des panneaux indiquant ce qui est à la mode en ce moment. Si vous voyez un hashtag apparaître fréquemment, c'est un bon signe qu'il existe un large public pour ce type de contenu. C'est comme suivre la foule à la meilleure fête de la ville.

N'oubliez pas non plus d'examiner les campagnes marketing réussies. Les marques qui réussissent bien sur TikTok ont raison. Découvrez comment ils utilisent la plateforme, quel type de contenu ils créent et comment ils interagissent avec les utilisateurs. C'est comme avoir un aperçu de certaines des meilleures stratégies marketing.



Maintenant, apportons quelques exemples concrets. Prenez, par exemple, un compte qui se concentre sur des astuces de cuisine faciles. Ils ont trouvé une niche chez des personnes souhaitant cuisiner mais n'ayant pas beaucoup de temps ni de compétences. En publiant des recettes simples et rapides, ils ont bâti un énorme public et, vous l'aurez deviné, ils en tirent beaucoup d'argent.

Un autre exemple est un compte consacré aux défis de remise en forme. Ils ont exploité l’engouement pour le fitness tout en le rendant amusant et accessible. Les gens adorent leurs vidéos d’entraînement courtes et accrocheuses, et les marques liées aux équipements de fitness et aux aliments santé sautent sur l’occasion de travailler avec elles.

Ce que ces exemples nous montrent, c'est que les niches rentables sur TikTok visent avant tout à trouver une lacune – quelque chose que les gens veulent mais n'en obtiennent pas assez. Une fois que vous avez trouvé cette lacune et que vous l’avez comblée avec un contenu de qualité, vous êtes sur la bonne voie pour gagner de l’argent.

Donc, pour conclure, identifier les niches rentables sur TikTok, c’est faire vos devoirs. Regardez ce qui est populaire, gardez un œil sur les tendances, apprenez des comptes à succès et soyez toujours à l'affût de cette lacune que vous pouvez combler. C'est un mélange d'être un détective et un créateur. Trouvez votre niche et vous avez trouvé votre chemin pour réussir sur TikTok.

ALIGNER LA NICHE AVEC LES INTÉRÊTS PERSONNELS

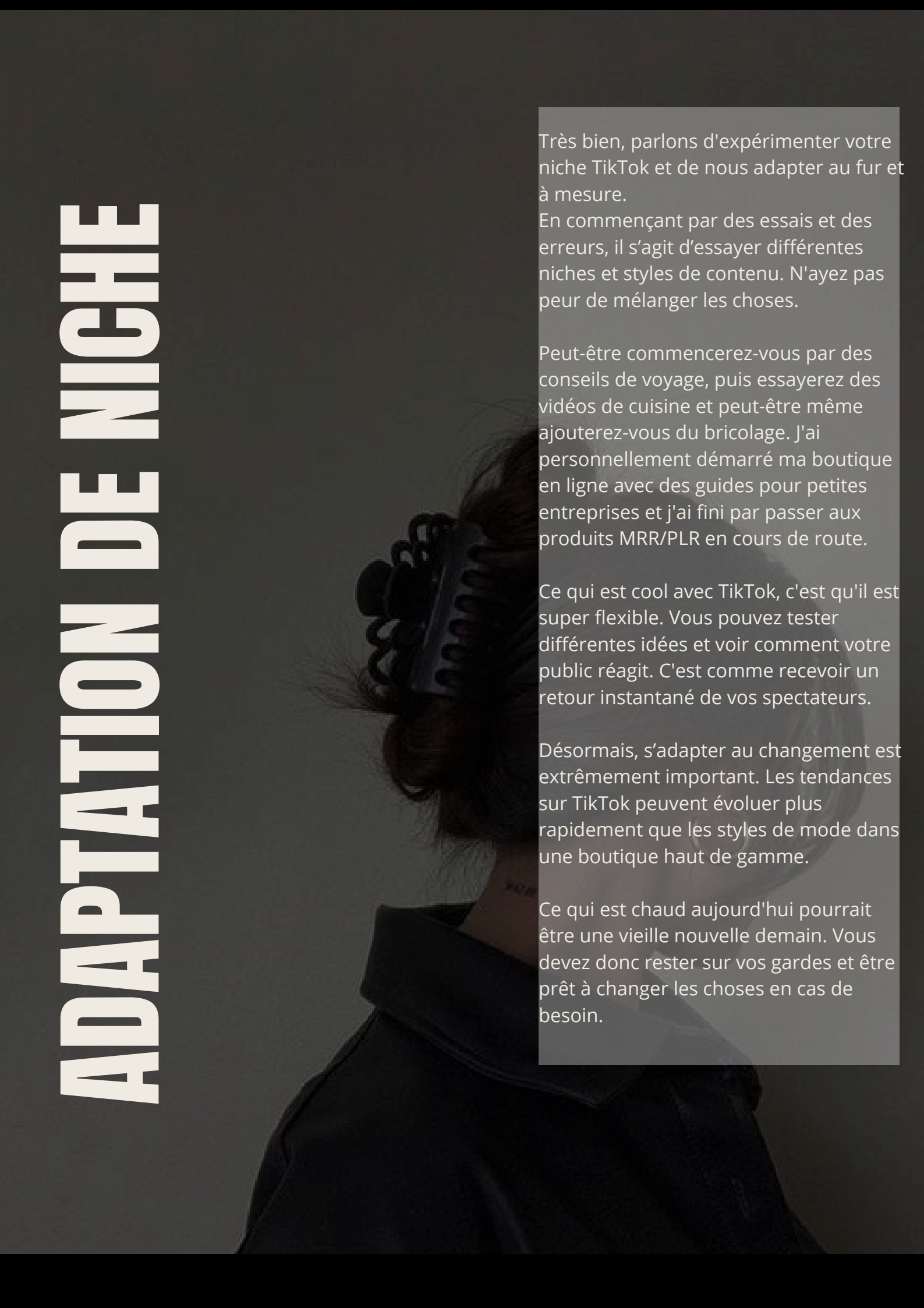
Passion contre profit – c'est un dilemme classique. D'un côté, vous avez des choses dont vous pourriez parler toute la journée, vos passe-temps, vos intérêts, les choses qui vous passionnent. C'est ta passion.

D'un autre côté, il y a les tendances, ce que les gens veulent voir et ce qui va rapporter de l'argent. C'est le côté profit. L'astuce consiste à trouver le point idéal où ces deux-là se rencontrent.
Pensez-y comme ceci : si vous choisissez une niche simplement parce qu'il est rentable mais que vous n'y êtes pas vraiment intéressé, cela va ressembler à une corvée. Votre cœur n'y sera pas, et croyez-moi, votre public peut le dire. C'est comme essayer de vendre un produit auquel vous ne croyez pas. Mais si vous optez pour une niche qui vous passionne mais qu'il n'y a pas de marché pour cela, eh bien, c'est comme organiser une fête où personne ne se présente.
La clé est de combiner vos intérêts avec ce qui est demandé. Disons que vous aimez le jardinage. Vous pouvez vous concentrer sur un mode de vie durable ou sur le jardinage biologique – des niches qui sont non seulement populaires mais aussi quelque chose qui vous intéresse réellement. De cette façon, vous êtes plus susceptible de vous y tenir et votre enthousiasme transparaîtra dans votre contenu.

Parlons maintenant de durabilité et d'authenticité. Lorsque votre contenu TikTok correspond à vos intérêts personnels, ce n'est pas seulement plus amusant ; c'est aussi plus durable. Vous êtes moins susceptible de vous épuiser parce que vous faites ce que vous aimez. C'est comme lorsque vous travaillez sur un passe-temps : le temps passe vite et vous continuez simplement parce que vous l'appréciez.

L'authenticité est ici votre arme secrète. Lorsque vous êtes fidèle à vous-même, votre contenu semble plus réel et plus pertinent. Les gens peuvent repérer un faux à un kilomètre et demi, mais ils reconnaissent et apprécient également l'authenticité. C'est comme avoir un ami toujours authentique : vous avez naturellement envie de passer davantage de temps avec lui.
Trouver le bon équilibre entre passion et profit est crucial. Il s'agit de choisir une niche qui vous passionne et qui a également le potentiel de rapporter de l'argent. Cet équilibre gardera votre contenu authentique, agréable et durable à long terme. Les comptes TikTok les plus réussis sont souvent ceux qui sont fidèles aux intérêts et aux passions de leur créateur. Trouvez ce point idéal et vous êtes en or !

ADAPTATION DE NICHE



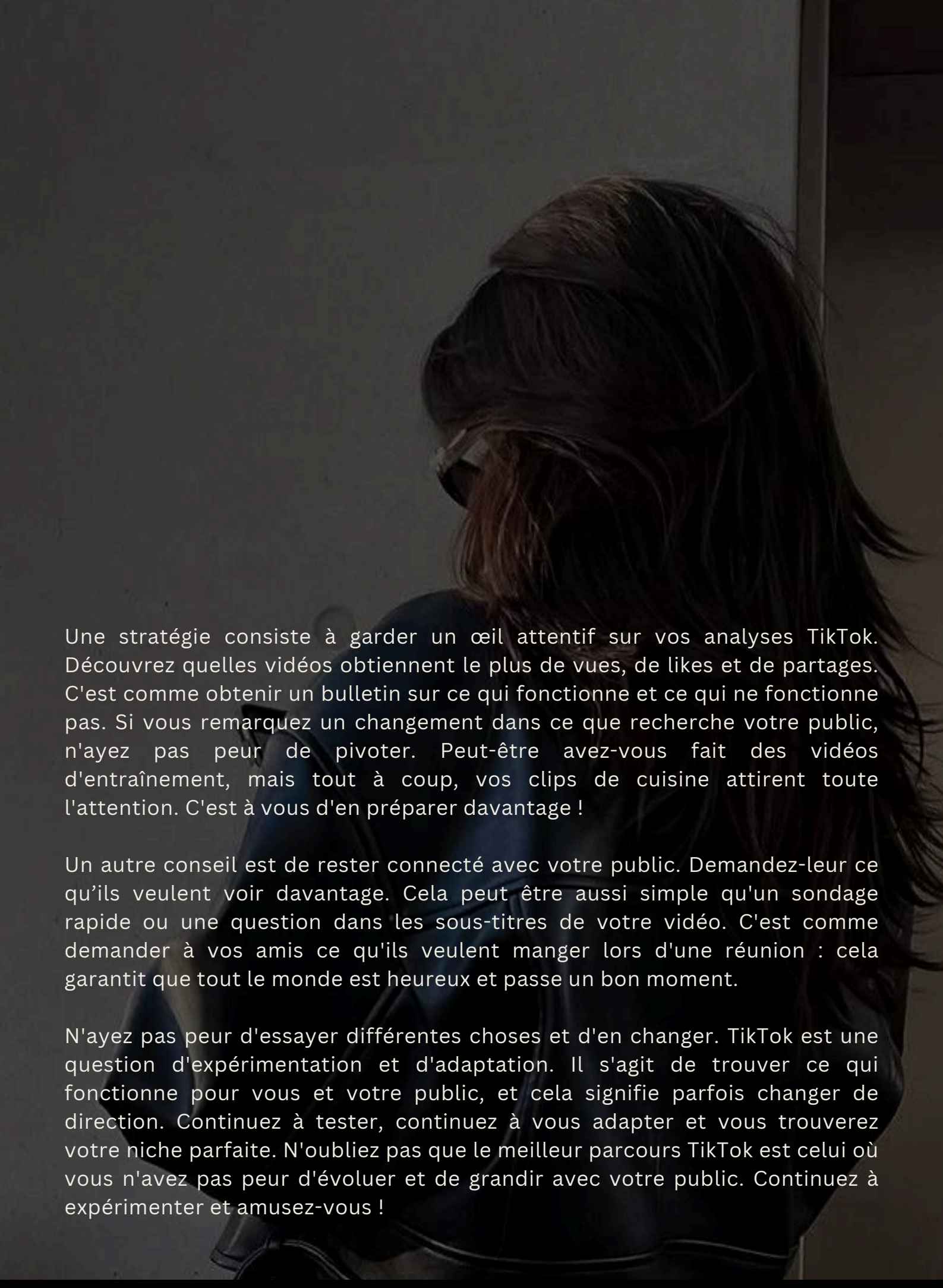
Très bien, parlons d'expérimenter votre niche TikTok et de nous adapter au fur et à mesure.
En commençant par des essais et des erreurs, il s’agit d’essayer différentes niches et styles de contenu. N'ayez pas peur de mélanger les choses.

Peut-être commencerez-vous par des conseils de voyage, puis essayerez des vidéos de cuisine et peut-être même ajouterez-vous du bricolage. J'ai personnellement démarré ma boutique en ligne avec des guides pour petites entreprises et j'ai fini par passer aux produits MRR/PLR en cours de route.

Ce qui est cool avec TikTok, c'est qu'il est super flexible. Vous pouvez tester différentes idées et voir comment votre public réagit. C'est comme recevoir un retour instantané de vos spectateurs.

Désormais, s’adapter au changement est extrêmement important. Les tendances sur TikTok peuvent évoluer plus rapidement que les styles de mode dans une boutique haut de gamme.

Ce qui est chaud aujourd'hui pourrait être une vieille nouvelle demain. Vous devez donc rester sur vos gardes et être prêt à changer les choses en cas de besoin.



Une stratégie consiste à garder un œil attentif sur vos analyses TikTok. Découvrez quelles vidéos obtiennent le plus de vues, de likes et de partages. C'est comme obtenir un bulletin sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Si vous remarquez un changement dans ce que recherche votre public, n'ayez pas peur de pivoter. Peut-être avez-vous fait des vidéos d'entraînement, mais tout à coup, vos clips de cuisine attirent toute l'attention. C'est à vous d'en préparer davantage !

Un autre conseil est de rester connecté avec votre public. Demandez-leur ce qu'ils veulent voir davantage. Cela peut être aussi simple qu'un sondage rapide ou une question dans les sous-titres de votre vidéo. C'est comme demander à vos amis ce qu'ils veulent manger lors d'une réunion : cela garantit que tout le monde est heureux et passe un bon moment.

N'ayez pas peur d'essayer différentes choses et d'en changer. TikTok est une question d'expérimentation et d'adaptation. Il s'agit de trouver ce qui fonctionne pour vous et votre public, et cela signifie parfois changer de direction. Continuez à tester, continuez à vous adapter et vous trouverez votre niche parfaite. N'oubliez pas que le meilleur parcours TikTok est celui où vous n'avez pas peur d'évoluer et de grandir avec votre public. Continuez à expérimenter et amusez-vous !

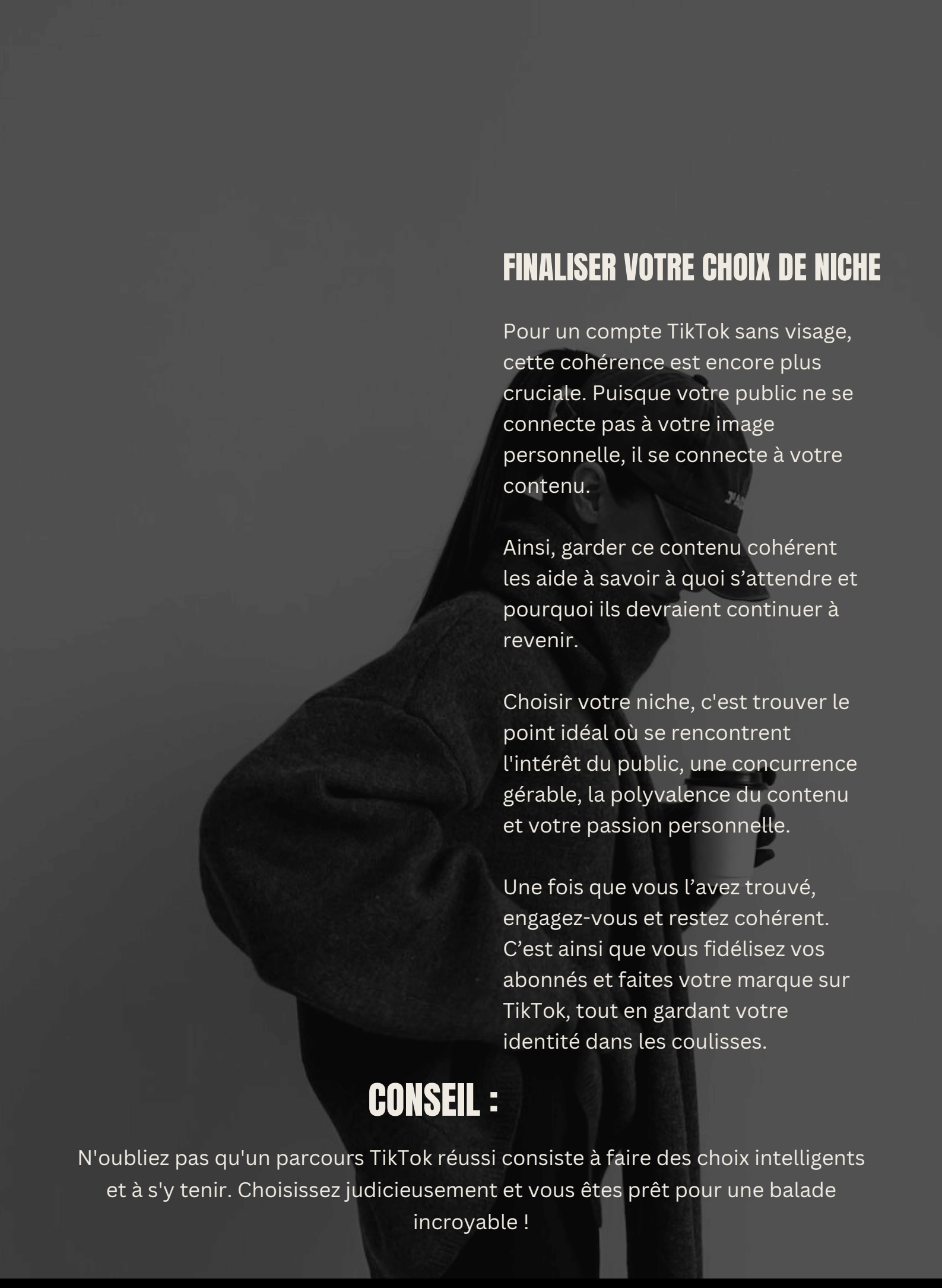
FINALISER VOTRE CHOIX DE NICHE

Lorsqu'il s'agit de finaliser votre niche, il y a quelques éléments clés à considérer. Considérez-le comme une liste de contrôle pour vous assurer que vous êtes sur la bonne voie. Tout d'abord, la taille de l'audience. Vous voulez vous assurer qu'il y a suffisamment de personnes intéressées par votre créneau.

Si vous cherchez à faire des vagues sur TikTok, il s'agit de choisir le bon créneau. Pensez-y : même si une niche comme les didacticiels de rédaction peut avoir son public, ce n'est pas exactement le genre de contenu qui incite les gens à arrêter de faire défiler sur TikTok. D'un autre côté, si vous vous lancez dans le partage de faits amusants ou quoi que ce soit dans le domaine du divertissement général, vous vous préparez à avoir de bien meilleures chances de devenir viral. Après tout, TikTok est le terrain de jeu des vidéos amusantes, des mèmes et de toutes sortes de contenus divertissants – ce n'est pas vraiment le lieu idéal pour, par exemple, les cours de physique quantique.

Ensuite, considérons la concurrence. C'est bien d'en avoir, car cela signifie qu'il y a un intérêt pour votre créneau, mais trop peut rendre difficile la démarque. C'est comme choisir un thème de fête populaire mais qui laisse encore de la place à votre touche unique.
La polyvalence du contenu est extrêmement importante, surtout pour un compte sans visage. Puisque vous n'utilisez pas votre image personnelle, vous devez vous assurer que votre niche permet de nombreuses idées de contenu différentes. C'est comme avoir une playlist de fête qui contient un peu de tout et qui rend les choses intéressantes.
Et bien sûr, un intérêt personnel. Même si une niche remplit toutes les conditions, si vous n'y êtes pas intéressé, cela ne fonctionnera pas. Vous devez être enthousiasmé par ce que vous publiez. C'est comme choisir un thème de fête qui vous passionne vraiment : cela fait toute la différence.

Désormais, une fois que vous avez choisi votre créneau, l'engagement et la cohérence sont essentiels. Restez fidèle à votre choix et continuez à proposer un contenu qui y correspond. Cela ne signifie pas que vous ne pouvez pas évoluer au fil du temps, mais avoir une orientation claire permet de fidéliser votre public. C'est comme lorsque vous allez dans



FINALISER VOTRE CHOIX DE NICHE

Pour un compte TikTok sans visage, cette cohérence est encore plus cruciale. Puisque votre public ne se connecte pas à votre image personnelle, il se connecte à votre contenu.

Ainsi, garder ce contenu cohérent les aide à savoir à quoi s’attendre et pourquoi ils devraient continuer à revenir.

Choisir votre niche, c'est trouver le point idéal où se rencontrent l'intérêt du public, une concurrence gérable, la polyvalence du contenu et votre passion personnelle.

Une fois que vous l’avez trouvé, engagez-vous et restez cohérent. C’est ainsi que vous fidélisez vos abonnés et faites votre marque sur TikTok, tout en gardant votre identité dans les coulisses.

CONSEIL :

N'oubliez pas qu'un parcours TikTok réussi consiste à faire des choix intelligents et à s'y tenir. Choisissez judicieusement et vous êtes prêt pour une balade incroyable !

CONSEILS & ASTUCES

Captivez votre public dès les premières secondes de votre vidéo TikTok. Utilisez des crochets intrigants et engageants pour attirer l'attention instantanément. Cela peut être un fait surprenant, une déclaration audacieuse ou une question intrigante. N'oubliez pas que l'accroche est votre première et la plus cruciale chance d'engager les téléspectateurs.



MAÎTRISEZ L'ART DU CROCHET

MEILLEURES IDÉES DE NICHE

NICHES LUCRATIVES DE TIKTOK

Explorons maintenant quelques niches lucratives de TikTok. Le créneau Facts, par exemple, consiste à publier du contenu simple et informatif qui peut facilement recueillir des centaines de milliers de vues. Ensuite, il y a le créneau Histoire, où des images d'archives uniques peuvent attirer des millions de téléspectateurs.

Le créneau Motivation est une autre mine d'or, surtout si vous ajoutez votre touche unique au contenu. Et n'oublions pas les niches Zodiaque et Spiritualité, où un contenu simple mais captivant peut générer des gains substantiels.

La clé du succès sur TikTok est d'observer ce qui fonctionne. Faites défiler la page Pour vous, trouvez du contenu qui résonne et réfléchissez à la façon dont vous pouvez le recréer dans votre style unique.

Qu'il s'agisse d'histoire, de faits, de motivation ou de quelque chose de complètement différent, il y a une niche pour chacun.

Et le meilleur ? Le potentiel de revenus est à peu près le même dans toutes les niches, contrairement à YouTube, où différents types de contenu peuvent générer des revenus très différents.

MOTIVATION

La motivation est un autre créneau brûlant. Il est incroyablement populaire et offre de nombreuses opportunités de monétisation.

Regardez des pages comme « Motive Focus ». Avec moins de 20 publications, ils ont déjà rassemblé plus de 50 000 abonnés et des millions de likes.

Leur secret ? Un texte captivant et des filtres uniques qui font apparaître leur contenu sur la page « Pour vous ».

Ces ajustements apparemment mineurs les ont aidés à se forger leur propre style unique dans l'espace de motivation.

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Le contenu sur la santé et le bien-être sur TikTok peut aller des routines de fitness et des séquences de yoga aux conseils nutritionnels et aux conseils en matière de santé mentale.

La beauté de ce créneau réside dans la variété infinie de contenu que vous pouvez créer. Par exemple, vous pouvez partager des vidéos d'entraînement rapides, des idées de préparation de repas sains ou des exercices de pleine conscience.

La clé est d'apporter de la valeur et de l'inspiration à votre public, en l'aidant à apporter des changements positifs dans sa vie.

Ce qui rend ce créneau particulièrement adapté à un compte sans visage, c'est la possibilité d'utiliser des séquences d'archives, des infographies et des voix off. Vous pouvez créer des vidéos engageantes et informatives sans jamais montrer votre visage.

Par exemple, une vidéo pourrait comporter une voix off apaisante donnant des conseils sur la gestion du stress, superposée à des visuels ou des animations apaisantes.

Les opportunités de monétisation dans le créneau de la santé et du bien-être sont abondantes. Vous pouvez vous associer à des marques de santé et de fitness pour du contenu sponsorisé, promouvoir des produits de bien-être via le marketing d'affiliation ou même créer et vendre vos propres produits numériques comme des plans d'entraînement ou des ebooks de recettes saines.

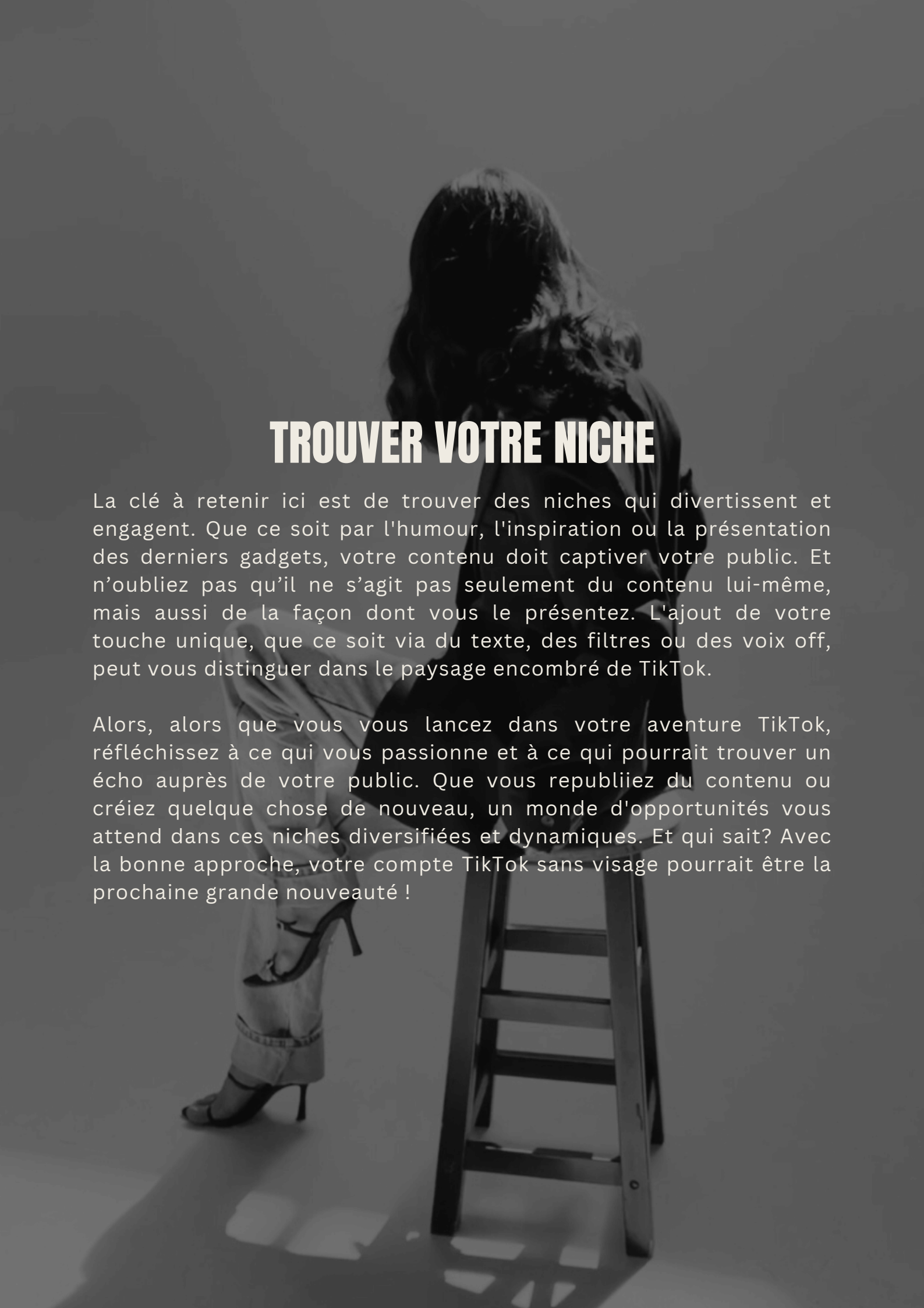
De plus, à mesure que votre audience grandit, vous pourriez trouver des opportunités de collaborer avec des applications ou des plateformes de bien-être, élargissant ainsi vos sources de revenus.

BEAUTÉ

La beauté est un espace très fort dans le monde de TikTok. Vous verrez du contenu basé sur l’inspiration en matière de coiffure, de maquillage et plus encore.

C'est tellement d'espace pour la monétisation dans l'espace beauté !! Vous pouvez vous associer à des marques de beauté pour du contenu sponsorisé, promouvoir des produits de beauté via le marketing d'affiliation ou même créer et vendre vos propres produits numériques comme des guides ou des livres électroniques.





TROUVER VOTRE NICHE

La clé à retenir ici est de trouver des niches qui divertissent et engagent. Que ce soit par l'humour, l'inspiration ou la présentation des derniers gadgets, votre contenu doit captiver votre public. Et n’oubliez pas qu’il ne s’agit pas seulement du contenu lui-même, mais aussi de la façon dont vous le présentez. L'ajout de votre touche unique, que ce soit via du texte, des filtres ou des voix off, peut vous distinguer dans le paysage encombré de TikTok.

Alors, alors que vous vous lancez dans votre aventure TikTok, réfléchissez à ce qui vous passionne et à ce qui pourrait trouver un écho auprès de votre public. Que vous republiiez du contenu ou créiez quelque chose de nouveau, un monde d'opportunités vous attend dans ces niches diversifiées et dynamiques. Et qui sait? Avec la bonne approche, votre compte TikTok sans visage pourrait être la prochaine grande nouveauté !



CHAPITRE DEUX
CRÉATION DE CONTENU

STRATÉGIES DE CRÉATION DE CONTENU MAÎTRISER LES VIDÉOS SANS VISAGE

STRATÉGIES DE CRÉATION DE CONTENU

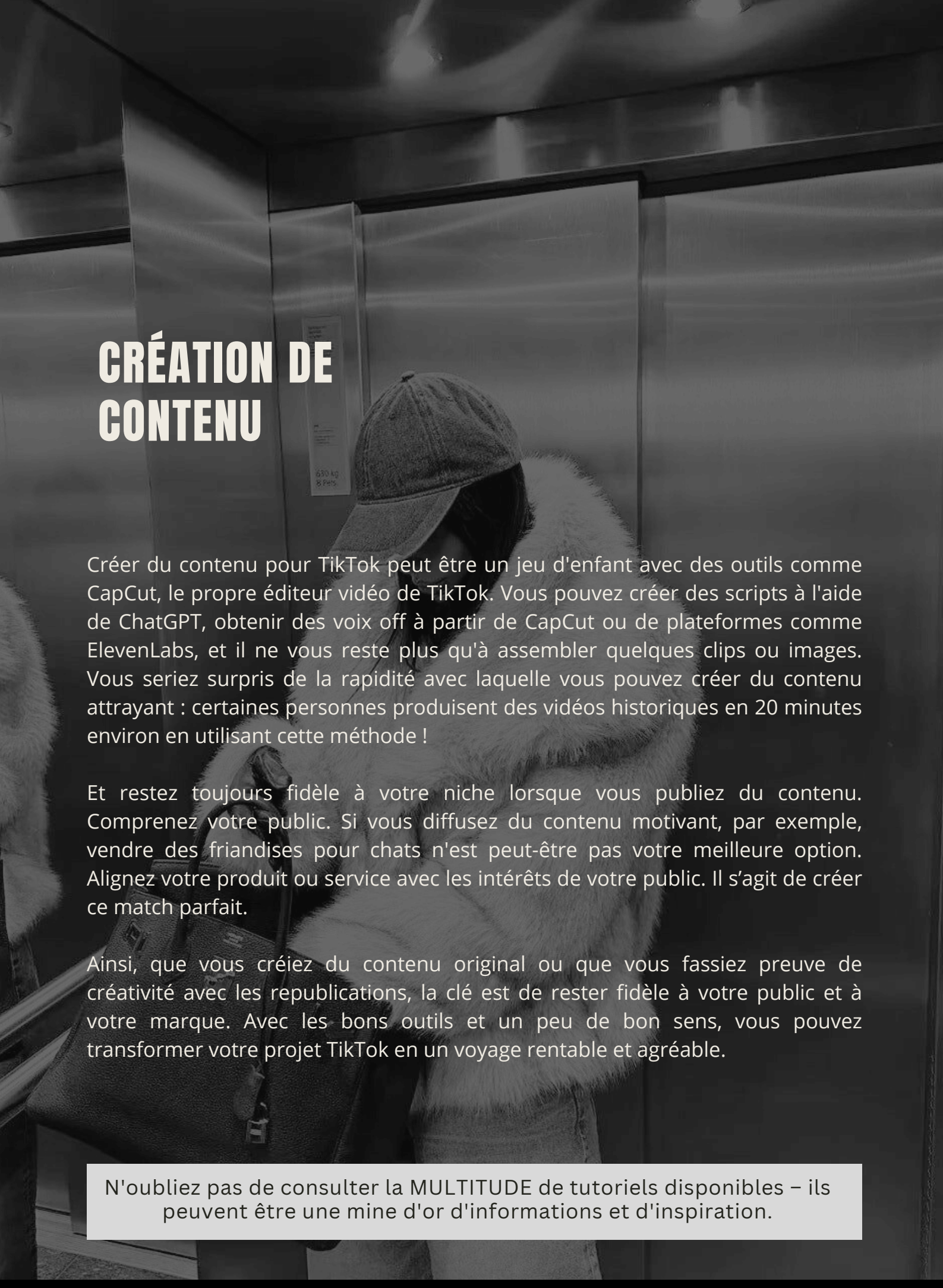
Lorsque vous vous engagez dans le monde de TikTok, surtout si vous envisagez l'opportunité lucrative de gagner de l'argent avec un compte sans visage, vous avez plusieurs pistes à considérer en termes de création de contenu. Déballons ces options et voyons comment vous pouvez les faire fonctionner pour vous.

Tout d'abord, il y a la voie à suivre pour créer du contenu original. C'est là que votre créativité entre en jeu. Vous pouvez créer des vidéos uniques qui reflètent votre style et votre message. C'est l'occasion de se démarquer et de montrer au monde TikTok quelque chose de frais et de nouveau. Mais rappelez-vous, original ne veut pas dire compliqué. Parfois, les idées les plus simples trouvent le plus grand écho auprès du public.

Ensuite, il y a l'art de republier du contenu déjà existant. Désormais, il ne s'agit pas seulement de extraire une vidéo d'un seul endroit et de la déposer dans votre flux TikTok. Vous devez être un peu plus stratégique. Une astuce intéressante consiste à re-découper le contenu. Coupez-le, réorganisez-le, donnez-lui une nouvelle tournure – cela aide à le présenter comme quelque chose de nouveau pour l'algorithme TikTok. Une autre méthode intelligente que vous avez peut-être vue consiste à ajouter un extrait d'un jeu vidéo ou quelque chose de similaire au bas de la vidéo. C'est une petite solution de contournement qui peut donner au contenu une apparence originale à l'algorithme. Mais bon, choisissez la méthode qui convient à votre public et à votre style. Gardez également un œil sur ce que font vos concurrents ; c'est toujours bien de rester au courant.

Maintenant, quand il s'agit de rechercher du contenu, oh mon Dieu, vous avez un trésor. Instagram, Facebook, YouTube – il y a une tonne de contenu sur ces plateformes qui n'a pas encore été diffusé sur TikTok. Imaginez être le premier à apporter ces joyaux cachés au public de TikTok. Mais voici un point clé : si vous republiez le travail de quelqu'un d'autre, attribuez toujours le crédit. Un simple merci au créateur original dans votre légende n'est pas seulement respectueux ; C'est ce qu'il faut faire. Après tout, ce sont eux qui font l'effort de créer ce contenu.

CONTENU



CRÉATION DE CONTENU

Créer du contenu pour TikTok peut être un jeu d'enfant avec des outils comme CapCut, le propre éditeur vidéo de TikTok. Vous pouvez créer des scripts à l'aide de ChatGPT, obtenir des voix off à partir de CapCut ou de plateformes comme ElevenLabs, et il ne vous reste plus qu'à assembler quelques clips ou images. Vous seriez surpris de la rapidité avec laquelle vous pouvez créer du contenu attrayant : certaines personnes produisent des vidéos historiques en 20 minutes environ en utilisant cette méthode !

Et restez toujours fidèle à votre niche lorsque vous publiez du contenu. Comprenez votre public. Si vous diffusez du contenu motivant, par exemple, vendre des friandises pour chats n'est peut-être pas votre meilleure option. Alignez votre produit ou service avec les intérêts de votre public. Il s’agit de créer ce match parfait.

Ainsi, que vous créiez du contenu original ou que vous fassiez preuve de créativité avec les republications, la clé est de rester fidèle à votre public et à votre marque. Avec les bons outils et un peu de bon sens, vous pouvez transformer votre projet TikTok en un voyage rentable et agréable.

N'oubliez pas de consulter la MULTITUDE de tutoriels disponibles – ils peuvent être une mine d'or d'informations et d'inspiration.

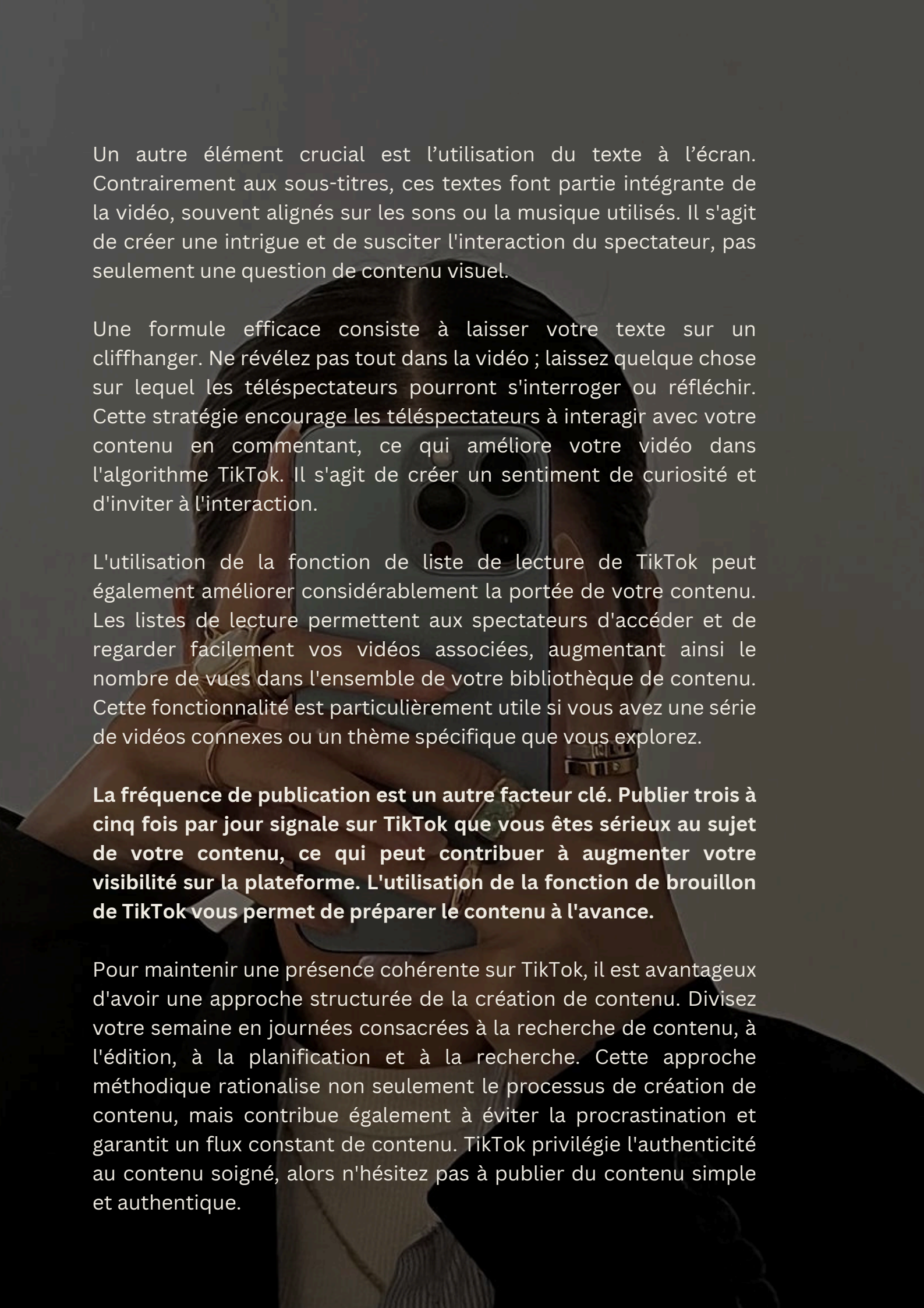
STRATÉGIE DE CONTENU

La clé pour capter l'attention de votre public réside dans les premières secondes de votre vidéo, souvent appelées « l'accroche ». Ce segment initial détermine si les téléspectateurs resteront ou défileront. Si votre vidéo ne parvient pas à engager le public dès les premiers instants, elle risque d'être ignorée. Il est essentiel d'attirer rapidement leur attention pour garantir que votre contenu se démarque dans l'environnement en évolution rapide de TikTok.

Passons maintenant à la formule magique pour vos vidéos : gardez-les plus de 60 secondes. C'est crucial. Vous souhaitez donner à votre contenu suffisamment d'espace pour respirer et engager votre public. Un bon conseil est d'aller sur YouTube et de faire un peu de reconnaissance. Recherchez le créneau que vous avez choisi, filtrez les résultats par nombre de vues et voyez ce qui se passe. Ces vidéos populaires sont une mine d'or d'inspiration que vous pouvez adapter à votre audience TikTok.

Une stratégie importante pour le succès de TikTok consiste à tirer parti des sons tendances. Ces sons agissent comme un code de triche pour l'engagement. Si un son est déjà populaire et largement utilisé, l'intégrer dans vos vidéos peut vous donner une longueur d'avance en termes d'engagement. Cette stratégie consiste à surfer sur la vague des tendances existantes pour augmenter la visibilité de votre contenu.

Je recommande d'utiliser un compte créateur pour TikTok, car les comptes professionnels sont limités aux sons à usage commercial. Cela signifie que vous disposez de beaucoup moins d'options et que vous ne pouvez pas utiliser les sons extrêmement populaires pour vos vidéos. Si vous possédez déjà un compte professionnel, ne vous inquiétez pas, vous pouvez aller dans vos paramètres et le changer en compte créateur.



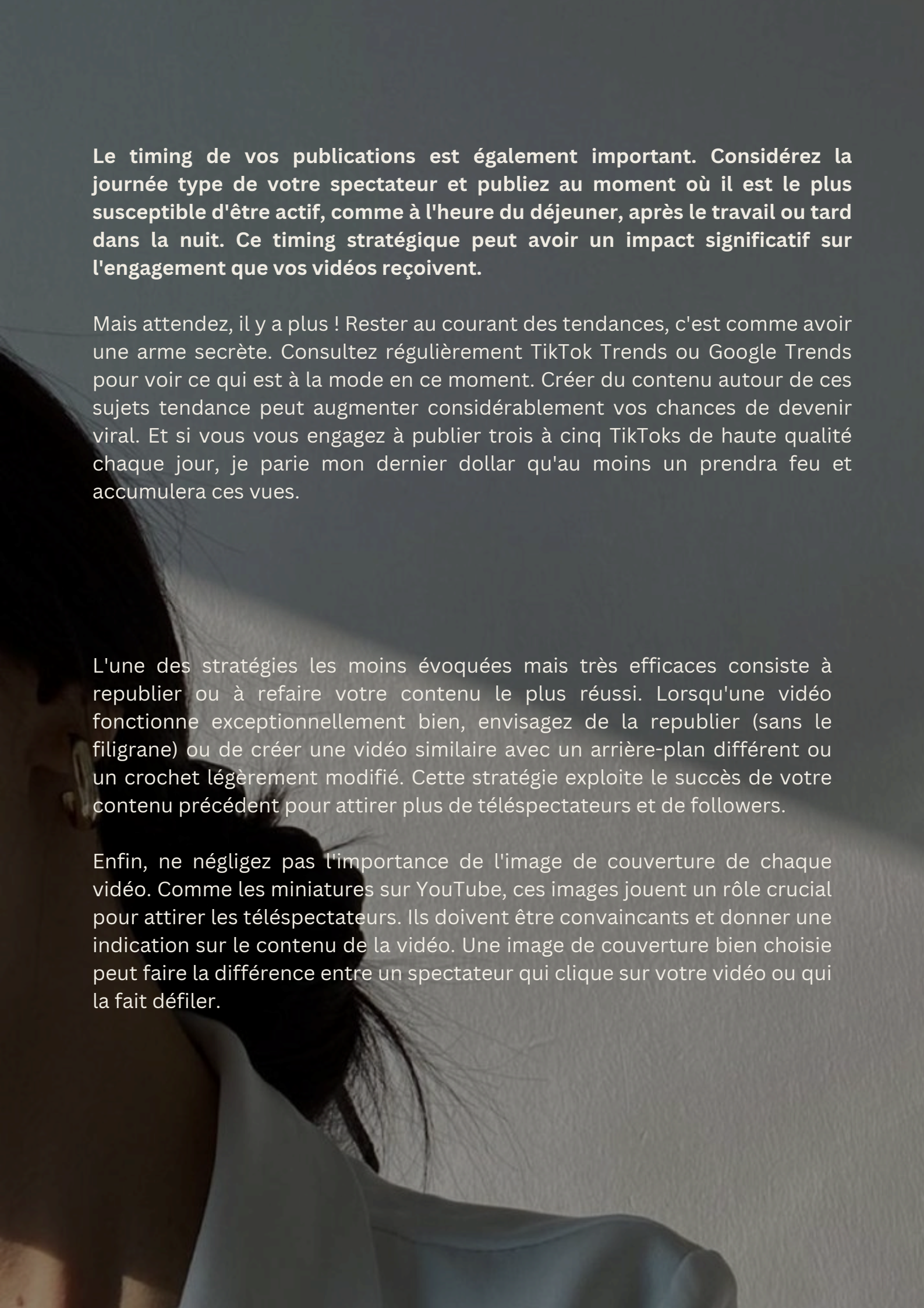
Un autre élément crucial est l’utilisation du texte à l’écran. Contrairement aux sous-titres, ces textes font partie intégrante de la vidéo, souvent alignés sur les sons ou la musique utilisés. Il s'agit de créer une intrigue et de susciter l'interaction du spectateur, pas seulement une question de contenu visuel.

Une formule efficace consiste à laisser votre texte sur un cliffhanger. Ne révélez pas tout dans la vidéo ; laissez quelque chose sur lequel les téléspectateurs pourront s'interroger ou réfléchir. Cette stratégie encourage les téléspectateurs à interagir avec votre contenu en commentant, ce qui améliore votre vidéo dans l'algorithme TikTok. Il s'agit de créer un sentiment de curiosité et d'inviter à l'interaction.

L'utilisation de la fonction de liste de lecture de TikTok peut également améliorer considérablement la portée de votre contenu. Les listes de lecture permettent aux spectateurs d'accéder et de regarder facilement vos vidéos associées, augmentant ainsi le nombre de vues dans l'ensemble de votre bibliothèque de contenu. Cette fonctionnalité est particulièrement utile si vous avez une série de vidéos connexes ou un thème spécifique que vous explorez.

La fréquence de publication est un autre facteur clé. Publier trois à cinq fois par jour signale sur TikTok que vous êtes sérieux au sujet de votre contenu, ce qui peut contribuer à augmenter votre visibilité sur la plateforme. L'utilisation de la fonction de brouillon de TikTok vous permet de préparer le contenu à l'avance.

Pour maintenir une présence cohérente sur TikTok, il est avantageux d'avoir une approche structurée de la création de contenu. Divisez votre semaine en journées consacrées à la recherche de contenu, à l'édition, à la planification et à la recherche. Cette approche méthodique rationalise non seulement le processus de création de contenu, mais contribue également à éviter la procrastination et garantit un flux constant de contenu. TikTok privilégie l'authenticité au contenu soigné, alors n'hésitez pas à publier du contenu simple et authentique.



Le timing de vos publications est également important. Considérez la journée type de votre spectateur et publiez au moment où il est le plus susceptible d'être actif, comme à l'heure du déjeuner, après le travail ou tard dans la nuit. Ce timing stratégique peut avoir un impact significatif sur l'engagement que vos vidéos reçoivent.

Mais attendez, il y a plus ! Rester au courant des tendances, c'est comme avoir une arme secrète. Consultez régulièrement TikTok Trends ou Google Trends pour voir ce qui est à la mode en ce moment. Créer du contenu autour de ces sujets tendance peut augmenter considérablement vos chances de devenir viral. Et si vous vous engagez à publier trois à cinq TikToks de haute qualité chaque jour, je parie mon dernier dollar qu'au moins un prendra feu et accumulera ces vues.

L'une des stratégies les moins évoquées mais très efficaces consiste à republier ou à refaire votre contenu le plus réussi. Lorsqu'une vidéo fonctionne exceptionnellement bien, envisagez de la republier (sans le filigrane) ou de créer une vidéo similaire avec un arrière-plan différent ou un crochet légèrement modifié. Cette stratégie exploite le succès de votre contenu précédent pour attirer plus de téléspectateurs et de followers.

Enfin, ne négligez pas l'importance de l'image de couverture de chaque vidéo. Comme les miniatures sur YouTube, ces images jouent un rôle crucial pour attirer les téléspectateurs. Ils doivent être convaincants et donner une indication sur le contenu de la vidéo. Une image de couverture bien choisie peut faire la différence entre un spectateur qui clique sur votre vidéo ou qui la fait défiler.

CRÉATION DE CONTENU ORIGINAL

La création de vidéos sans visage attrayantes pour TikTok implique un mélange de créativité et d'utilisation habile de divers outils et techniques. Une méthode efficace consiste à utiliser des séquences d'archives. Des sites Web comme Shutterstock, Pexels et Pixabay offrent un trésor de vidéos de haute qualité que vous pouvez utiliser comme épine dorsale visuelle de votre contenu. Que vous racontiez une histoire, partagiez des informations ou créiez une vidéo thématique, ces ressources fournissent un large éventail de séquences qui peuvent correspondre à presque tous les sujets sur lesquels vous vous concentrez.

Les voix off sont un autre élément crucial des vidéos sans visage. Ils ajoutent une touche personnelle et aident à transmettre clairement votre message. Vous pouvez enregistrer votre propre voix, garantissant ainsi son authenticité et une connexion personnelle avec votre public. Alternativement, si vous n'êtes pas à l'aise avec l'utilisation de votre propre voix, il existe de nombreux outils de synthèse vocale disponibles qui peuvent produire des voix off claires et naturelles. La clé est de s'assurer que le ton et le rythme de la voix off correspondent au contenu et à l'ambiance de la vidéo.

Le montage est le lieu où tout se réunit. Il s'agit du processus de transformation de vos matières premières – séquences d'archives, voix off et peut-être même texte ou graphiques – en un produit final cohérent et attrayant. Les logiciels de montage comme Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro ou même l'éditeur intégré de TikTok offrent une gamme d'outils pour couper, raccorder, ajouter des transitions et superposer du texte. L'astuce consiste à garder votre édition propre et pas trop complexe ; votre objectif est d'améliorer la narration, pas de l'éclipser.

CRÉER DU CONTENU ORIGINAL

Un bon conseil est de suivre les dernières tendances TikTok et d’incorporer des éléments pertinents dans vos vidéos. Il peut s'agir d'une chanson tendance, d'un format vidéo populaire ou d'un défi viral. L'intégration de ces tendances peut augmenter la relativité et la partageabilité de votre contenu.

Rappelez-vous toujours le pouvoir de la simplicité. Les vidéos sans visage prospèrent grâce à des messages clairs et concis. Avec les bonnes images, une voix off convaincante et un montage habile, vous pouvez créer des vidéos TikTok qui non seulement captent l'attention, mais incitent également les téléspectateurs à revenir pour en savoir plus. La beauté du contenu sans visage réside dans le fait qu’il se concentre sur le contenu lui-même, libre des distractions des personnalités à l’écran, permettant ainsi à votre créativité et à votre message de transparaître.

La prochaine étape de notre guide pour maîtriser les vidéos sans visage sur TikTok se concentre sur l'utilisation stratégique de la musique, des effets sonores et des superpositions de texte pour améliorer l'expérience du spectateur. Ces éléments jouent un rôle crucial pour rendre vos vidéos plus attrayantes et mémorables, même sans présentateur visible.

MUSIQUE ET EFFETS SONORES

La bonne musique de fond ou le bon effet sonore peut changer radicalement l’ambiance et l’impact de votre vidéo. Sur TikTok, la musique n’est pas qu’un simple complément ; c'est souvent une fonctionnalité centrale qui peut rendre votre contenu viral. Choisissez des morceaux qui correspondent au thème et à l'ambiance de votre vidéo. Qu'elle soit optimiste, apaisante ou dramatique, la musique doit compléter votre contenu et non le dominer. La vaste bibliothèque musicale de TikTok est une excellente ressource, offrant un large éventail d'options pour s'adapter à tout type de vidéo. De plus, les effets sonores peuvent ajouter une couche de plaisir ou mettre l'accent sur des moments spécifiques de votre vidéo, la rendant plus dynamique et attrayante.

Superpositions de texte : dans les vidéos sans visage, les superpositions de texte deviennent un outil puissant pour communiquer votre message. Ils peuvent fournir du contexte, ajouter de l'humour, mettre en évidence des points clés ou même guider le spectateur tout au long de l'histoire. La clé est d’utiliser le texte de manière stratégique : il doit être facile à lire, opportun et ne pas surcharger l’écran. Jouez avec différentes polices et couleurs pour correspondre au style et au ton de votre vidéo, mais gardez toujours la lisibilité à l'esprit. Les superpositions de texte sont particulièrement utiles dans les vidéos éducatives ou informatives, où elles peuvent contribuer à renforcer les informations partagées.





CRÉATION DE CONTENU ORIGINAL

Combiner des éléments pour un impact maximal : la magie se produit lorsque vous combinez habilement de la musique, des effets sonores et des superpositions de texte avec votre contenu visuel. Cette combinaison crée une expérience multisensorielle qui peut captiver votre public.

Par exemple, une vidéo de motivation peut utiliser une musique inspirante, des effets sonores percutants à des moments clés et des citations inspirantes en superposition de texte. Pendant ce temps, un sketch comique pourrait utiliser une musique originale, des effets sonores humoristiques et des commentaires textuels pleins d'esprit pour améliorer l'humour.

N'oubliez pas que l'objectif est de créer une expérience fluide et immersive pour vos spectateurs. Chaque élément doit compléter les autres, créant un produit final harmonieux et engageant. En intégrant judicieusement de la musique, des effets sonores et des superpositions de texte, vous pouvez rehausser vos vidéos TikTok sans visage, les rendant non seulement regardables, mais partageables et mémorables.

IA ET AUTOMATISATION POUR LA PRODUCTION VIDÉO

QUAND IL S'AGIT DES VIDÉOS TIKTOK, L'IA ET LES OUTILS D'AUTOMATISATION CHANGENT LA DONNE. ILS RATIONALISENT LE PROCESSUS DE CRÉATION VIDÉO, RENDANT PLUS FACILE ET PLUS EFFICACE LA PRODUCTION DE CONTENU DE HAUTE QUALITÉ. VOICI COMMENT VOUS POUVEZ TIRER PARTI DE CES OUTILS :

1. **Création vidéo automatisée : des plates-formes telles que Createmate proposent une création vidéo automatisée, dans laquelle vous pouvez utiliser une approche feuille de calcul-vidéo. Cette méthode vous permet de saisir des données dans une feuille de calcul et de générer des centaines de vidéos en une seule fois. C'est parfait pour créer une série de vidéos similaires avec de légères variations, ce qui vous fera gagner beaucoup de temps et d'efforts.**
2. **Idées de contenu basées sur l'IA : des outils tels que ChatGPT peuvent vous aider à réfléchir à des idées de contenu, des légendes et des hashtags. Cette approche basée sur l'IA garantit que votre contenu est non seulement créatif, mais également aligné sur les tendances actuelles et les préférences du public.**
3. **AI Video Makers : des plates-formes comme InVideo utilisent l'IA pour générer des vidéos pour les médias sociaux. Leur fonction AI Text to Video vous permet de saisir un script et de le convertir en vidéo en quelques minutes. Ceci est particulièrement utile pour créer du contenu narratif ou informatif sans avoir besoin d'enregistrer vous-même des séquences.**
4. **Outils d'édition IA : les outils d'édition IA peuvent améliorer vos vidéos avec des animations, des transitions et des voix off. Par exemple, Speechify et des plateformes similaires peuvent transformer votre contenu écrit en voix off attrayantes, parfaites pour les vidéos sans visage où la narration joue un rôle clé.**
5. **Synthèse vocale : les outils de synthèse vocale IA peuvent créer des voix off réalistes dans différentes langues et accents. Cela signifie que vous pouvez produire du contenu pour un public mondial sans avoir besoin d'embaucher des doubleurs.**
6. **Images d'archives et animations : l'utilisation de séquences d'archives et d'animations générées par l'IA peut ajouter un attrait visuel à vos vidéos. Des sites Web comme Shutterstock ou Pexels proposent une vaste bibliothèque de vidéos que vous pouvez utiliser pour créer du contenu attrayant sans rien filmer vous-même.**

IA ET AUTOMATISATION POUR LA PRODUCTION VIDÉO



Voici un format d'invite professionnel que vous pouvez utiliser dans InVideo pour générer des vidéos.

Format d'invite : créez une (longueur) vidéo sur (sujet). Utilisez le titre comme accroche. La vidéo doit inclure (des détails sur la création vidéo, par exemple des exemples, des points, une narration, etc.). Gardez la langue (tonalité). Assurez-vous que le script est clair. L'ambiance générale de la vidéo doit être (expliquer l'ambiance). Le rythme de la vidéo doit être rapide et elle doit contenir de nombreux supports multimédias. La musique doit être (rythme) et (ambiance). Le but de la vidéo est de (ce que vous voulez que la vidéo accomplisse). La voix off doit être un (accent) (masculin/féminin) avec un rythme (dynamique/rapide/lent) et utiliser un style de mot (simple/sophistiqué/décontracté).

En intégrant ces outils d'IA et d'automatisation dans votre processus de création de contenu, vous pouvez produire efficacement une large gamme de vidéos TikTok sans visage. Cette approche permet non seulement de gagner du temps, mais ouvre également des possibilités infinies de créativité et d'innovation, vous permettant de vous concentrer sur la création d'un contenu remarquable qui trouve un écho auprès de votre public. N'oubliez pas que la clé du succès du contenu vidéo sans visage sur TikTok est de mélanger créativité et technologie. En tirant parti de l'IA et de l'automatisation, vous pouvez créer des vidéos uniques, attrayantes et de haute qualité qui se démarquent dans le paysage encombré de TikTok.

CONSEILS & ASTUCES

Le timing est essentiel sur TikTok.

Publiez votre contenu lorsque votre public cible est le plus actif – généralement à l'heure du déjeuner, du soir et tard le soir.

Expérimentez différents calendriers de publication pour trouver ce qui fonctionne le mieux pour votre public, garantissant ainsi que votre contenu a les meilleures chances d'être vu et partagé.



OPTIMISEZ LES DÉLAIS DE PUBLICATION POUR UNE PORTÉE MAXIMALE

MAXIMISER LE SUCCÈS DE TIKTOK AVEC CHATGPT

Utiliser ChatGPT pour réfléchir à des idées de contenu, des légendes et des hashtags est un moyen intelligent et efficace de créer des vidéos TikTok attrayantes, en particulier lorsque vous souhaitez gagner de l'argent en ligne. Voici un aperçu de la façon dont vous pouvez utiliser ChatGPT dans votre processus de création de contenu TikTok :

Générer des idées de contenu : ChatGPT peut être votre partenaire de brainstorming. Vous pouvez lui demander de générer des idées de vidéos TikTok basées sur les tendances actuelles, des niches spécifiques ou même des invites aléatoires. Par exemple, si vous vous concentrez sur une niche culinaire, ChatGPT peut vous suggérer des idées de recettes uniques ou des défis alimentaires. Cette méthode garantit que vous disposez toujours d'un nouveau flux d'idées pertinentes et attrayantes pour votre public.

Création de légendes et de titres : une légende ou un titre accrocheur peut faire une grande différence dans les performances de votre vidéo. ChatGPT peut vous aider à créer des légendes créatives, pleines d'esprit ou informatives qui attirent l'attention. Vous pouvez fournir une brève description de votre vidéo et ChatGPT peut suggérer plusieurs options de sous-titres, vous permettant de choisir celle qui correspond le mieux à votre contenu et à votre style.

Création de hashtags : les hashtags sont cruciaux pour la découvrabilité sur TikTok. ChatGPT peut vous aider à générer une liste de hashtags pertinents pour votre vidéo. En analysant le contenu et le thème de votre vidéo, il peut suggérer des hashtags susceptibles d'augmenter la visibilité de votre vidéo auprès du bon public.

MAXIMISER LE SUCCÈS DE TIKTOK AVEC CHATGPT

Écriture de scripts pour les voix off : pour les vidéos TikTok sans visage, les voix off sont souvent un élément clé. ChatGPT peut vous aider à écrire des scripts pour vos vidéos. Qu'il s'agisse d'un contenu narratif, informatif ou d'un sketch humoristique, ChatGPT peut structurer vos idées dans un script cohérent et engageant.

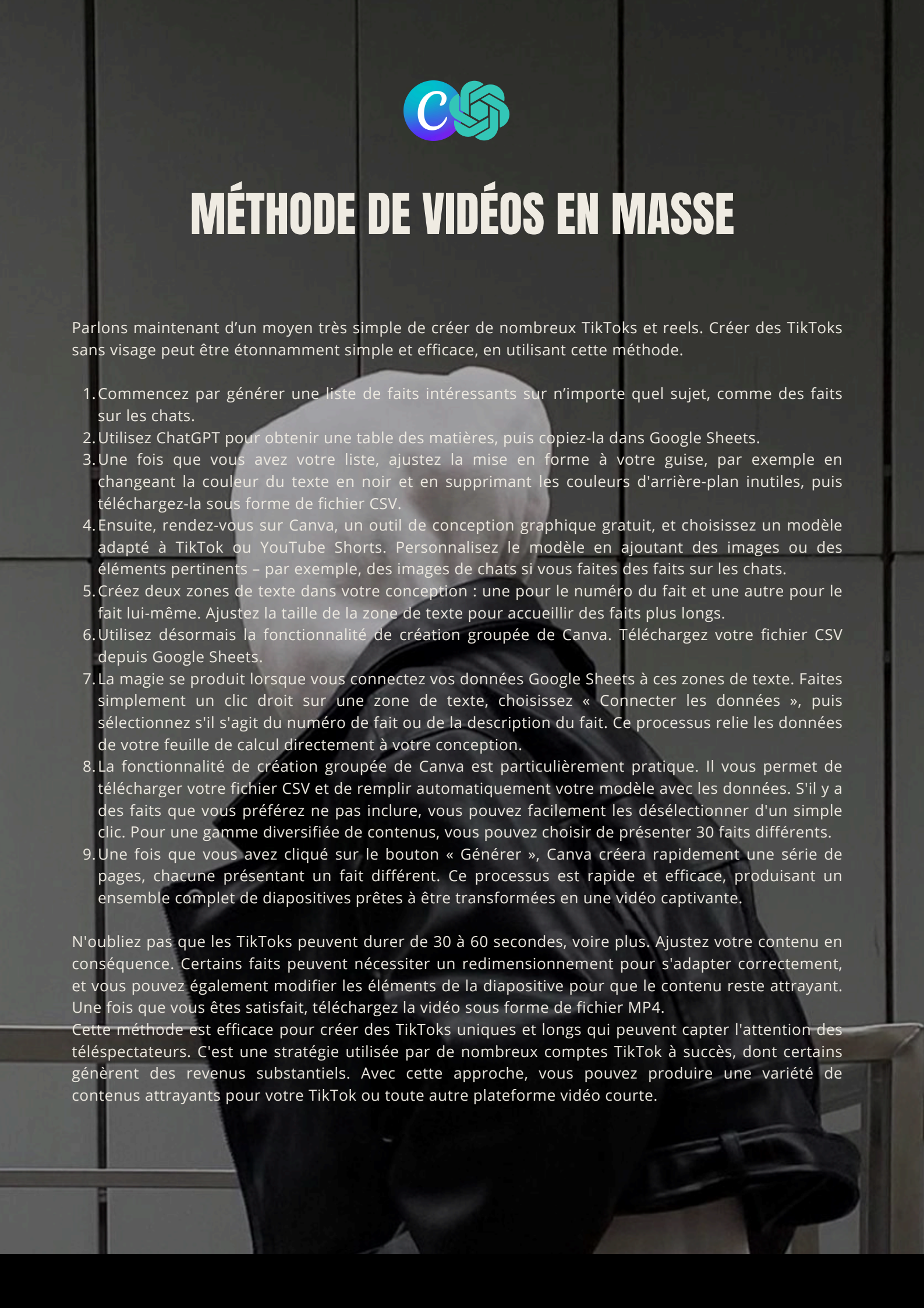
Idées de contenu interactif : interagir avec votre public est vital pour la croissance. ChatGPT peut suggérer des idées de contenu interactif, comme des sondages, des sessions de questions-réponses ou des défis, encourageant la participation du public et augmentant l'engagement.

STRATÉGIES DE MONÉTISATION :

Au-delà de la création de contenu, ChatGPT peut proposer des idées sur la manière de monétiser votre présence sur TikTok.
Cela peut inclure des stratégies pour intégrer du contenu sponsorisé, du marketing d'affiliation ou diriger le trafic vers vos autres plateformes monétisées.

CONSEILS ET ASTUCES PERSONNALISÉS :

Si vous êtes nouveau sur TikTok ou si vous souhaitez affiner votre stratégie, ChatGPT peut vous fournir des conseils et astuces personnalisés en fonction de vos objectifs et défis spécifiques. Cela peut aller de l'amélioration de la qualité de votre vidéo à des stratégies visant à augmenter l'engagement des abonnés.



MÉTHODE DE VIDÉOS EN MASSE

Parlons maintenant d'un moyen très simple de créer de nombreux TikToks et reels. Créer des TikToks sans visage peut être étonnamment simple et efficace, en utilisant cette méthode.

1. Commencez par générer une liste de faits intéressants sur n'importe quel sujet, comme des faits sur les chats.
2. Utilisez ChatGPT pour obtenir une table des matières, puis copiez-la dans Google Sheets.
3. Une fois que vous avez votre liste, ajustez la mise en forme à votre guise, par exemple en changeant la couleur du texte en noir et en supprimant les couleurs d'arrière-plan inutiles, puis téléchargez-la sous forme de fichier CSV.
4. Ensuite, rendez-vous sur Canva, un outil de conception graphique gratuit, et choisissez un modèle adapté à TikTok ou YouTube Shorts. Personnalisez le modèle en ajoutant des images ou des éléments pertinents – par exemple, des images de chats si vous faites des faits sur les chats.
5. Créez deux zones de texte dans votre conception : une pour le numéro du fait et une autre pour le fait lui-même. Ajustez la taille de la zone de texte pour accueillir des faits plus longs.
6. Utilisez désormais la fonctionnalité de création groupée de Canva. Téléchargez votre fichier CSV depuis Google Sheets.
7. La magie se produit lorsque vous connectez vos données Google Sheets à ces zones de texte. Faites simplement un clic droit sur une zone de texte, choisissez « Connecter les données », puis sélectionnez s'il s'agit du numéro de fait ou de la description du fait. Ce processus relie les données de votre feuille de calcul directement à votre conception.
8. La fonctionnalité de création groupée de Canva est particulièrement pratique. Il vous permet de télécharger votre fichier CSV et de remplir automatiquement votre modèle avec les données. S'il y a des faits que vous préférez ne pas inclure, vous pouvez facilement les désélectionner d'un simple clic. Pour une gamme diversifiée de contenus, vous pouvez choisir de présenter 30 faits différents.
9. Une fois que vous avez cliqué sur le bouton « Générer », Canva créera rapidement une série de pages, chacune présentant un fait différent. Ce processus est rapide et efficace, produisant un ensemble complet de diapositives prêtes à être transformées en une vidéo captivante.

N'oubliez pas que les TikToks peuvent durer de 30 à 60 secondes, voire plus. Ajustez votre contenu en conséquence. Certains faits peuvent nécessiter un redimensionnement pour s'adapter correctement, et vous pouvez également modifier les éléments de la diapositive pour que le contenu reste attrayant. Une fois que vous êtes satisfait, téléchargez la vidéo sous forme de fichier MP4.
Cette méthode est efficace pour créer des TikToks uniques et longs qui peuvent capter l'attention des téléspectateurs. C'est une stratégie utilisée par de nombreux comptes TikTok à succès, dont certains génèrent des revenus substantiels. Avec cette approche, vous pouvez produire une variété de contenus attrayants pour votre TikTok ou toute autre plateforme vidéo courte.



COMMENT RENDRE LES VIDÉOS VIRALES

Examinons les éléments essentiels de la création de TikToks viraux et les éléments clés que vous devez inclure dans vos vidéos pour en faire un succès. Le premier et le plus crucial aspect est d’avoir un hameçon solide pour vos moulinets. Dans le monde trépidant de TikTok, où les téléspectateurs font défiler rapidement le contenu, vous avez moins d'une seconde pour attirer leur attention. Alors, comment faites-vous cela? En commençant vos vidéos avec un crochet engageant.

Voici quelques excellents exemples de crochets TikTok que vous pouvez utiliser. Ces crochets sont polyvalents et peuvent être adaptés à n’importe quelle niche. Vous pouvez commencer votre vidéo par une phrase telle que « Écoutez-moi », suivie de votre argument principal. Ou essayez « Rappel rapide », puis plongez dans votre contenu.

VOICI QUELQUES CROCHETS QUI PEUVENT FAIRE RESSORTIR VOS VIDÉOS :

01

"Saviez-vous?" – Commencez par un fait ou une statistique surprenante qui pique la curiosité. Par exemple : « Saviez-vous que le plus vieux morceau de chewing-gum au monde a plus de 9 000 ans ?

02

"Cela va vous époustoufler" – Utilisez ceci lorsque vous avez quelque chose de vraiment étonnant à partager. Cela prépare le public à quelque chose d'inattendu et d'intrigant.

03

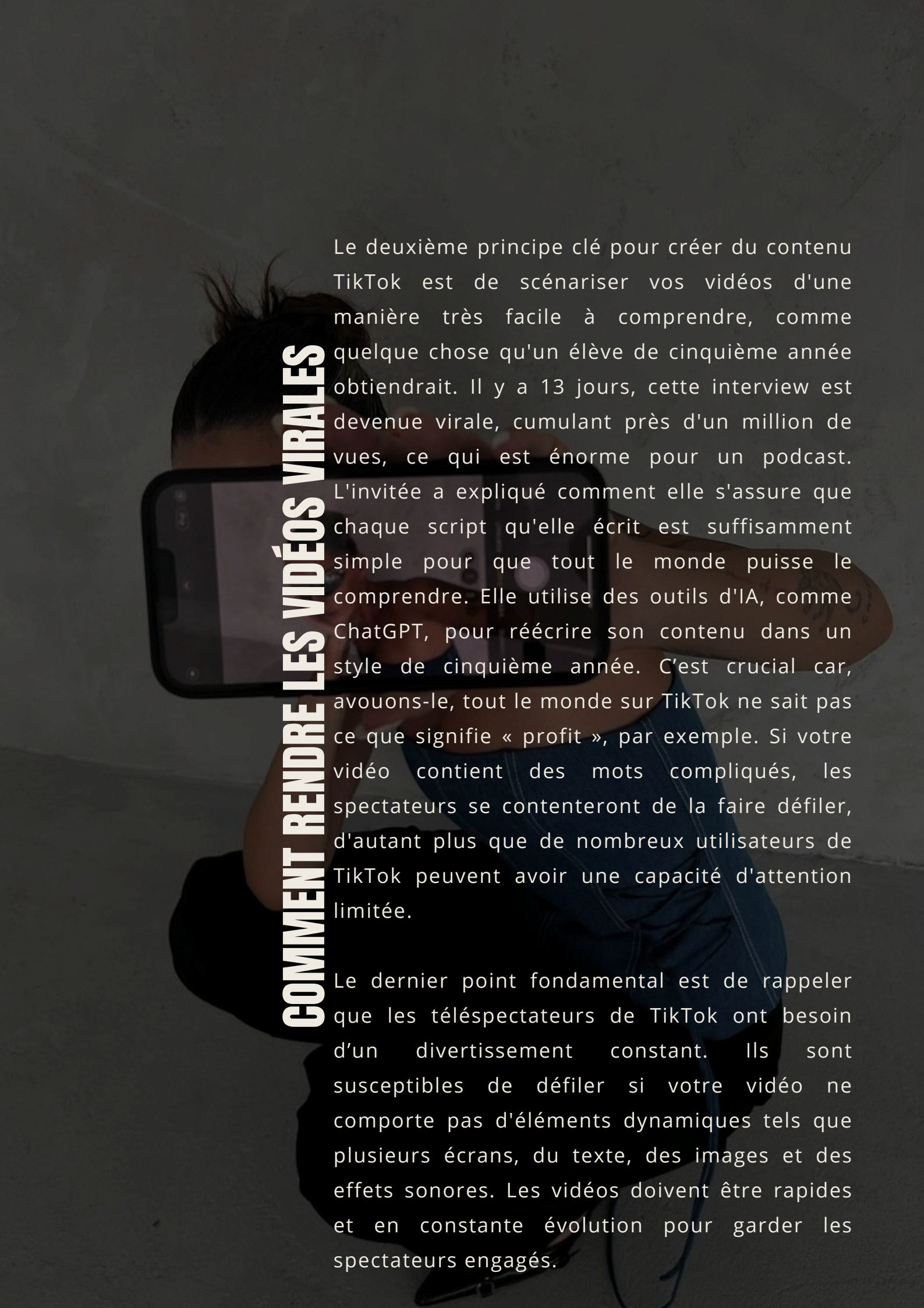
"La plus grosse erreur que vous faites" – Ce type d'accroche fonctionne très bien pour le contenu éducatif ou consultatif. Cela amène immédiatement le spectateur à se demander s'il est coupable de l'erreur et le pousse à regarder pour en savoir plus.

04

"Vous ne croirez pas ce qui s'est passé ensuite" – Cette approche classique du cliffhanger est parfaite pour raconter des histoires ou partager des expériences. Cela crée du suspense et un besoin de connaître l'issue.

05

"Le secret de..." – Tout le monde aime les connaissances privilégiées, surtout si elles promettent de résoudre un problème ou d'améliorer leur vie d'une manière ou d'une autre. Par exemple, « Le secret pour un pain fait maison parfait à chaque fois ».



COMMENT RENDRE LES VIDÉOS VIRALES

Le deuxième principe clé pour créer du contenu TikTok est de scénariser vos vidéos d'une manière très facile à comprendre, comme quelque chose qu'un élève de cinquième année obtiendrait. Il y a 13 jours, cette interview est devenue virale, cumulant près d'un million de vues, ce qui est énorme pour un podcast. L'invitée a expliqué comment elle s'assure que chaque script qu'elle écrit est suffisamment simple pour que tout le monde puisse le comprendre. Elle utilise des outils d'IA, comme ChatGPT, pour réécrire son contenu dans un style de cinquième année. C’est crucial car, avouons-le, tout le monde sur TikTok ne sait pas ce que signifie « profit », par exemple. Si votre vidéo contient des mots compliqués, les spectateurs se contenteront de la faire défiler, d'autant plus que de nombreux utilisateurs de TikTok peuvent avoir une capacité d'attention limitée.

Le dernier point fondamental est de rappeler que les téléspectateurs de TikTok ont besoin d’un divertissement constant. Ils sont susceptibles de défiler si votre vidéo ne comporte pas d'éléments dynamiques tels que plusieurs écrans, du texte, des images et des effets sonores. Les vidéos doivent être rapides et en constante évolution pour garder les spectateurs engagés.

PLANIFICATION DE VIDÉOS TIKTOK

Tout comme Instagram, TikTok propose également des options de planification de vidéos, ce qui constitue un excellent outil pour les créateurs de contenu et les spécialistes du marketing. Cette fonctionnalité vous permet de planifier et d'organiser votre contenu à l'avance, garantissant ainsi un calendrier de publication cohérent qui peut vous aider à développer votre audience. Voici un bref aperçu de la façon dont vous pouvez programmer des vidéos TikTok et de quelques outils qui peuvent vous aider dans ce processus :

1. Planificateur natif de TikTok : TikTok lui-même a introduit une fonctionnalité de planification vidéo. Après avoir téléchargé et modifié votre vidéo sur TikTok, vous pouvez activer le bouton de programmation et sélectionner une date et une heure pour votre publication. Le fuseau horaire sera par défaut celui de votre ordinateur. Cette fonctionnalité est simple et ne nécessite aucune application tierce, mais vous ne pouvez planifier que 10 jours maximum.

2.Later : Later est un outil de planification et de gestion TikTok tout-en-un. Il vous permet de planifier, de publier automatiquement et d'analyser vos campagnes TikTok en un seul endroit. Later facilite la planification et la programmation de vidéos TikTok, l'ajout de hashtags, de mentions et bien plus encore, rationalisant ainsi votre stratégie TikTok.

3.Loomly : Loomly est un outil de publication et de planification sur les réseaux sociaux qui vous aide à gérer tout votre contenu sur les réseaux sociaux, y compris TikTok. Il offre une planification et une programmation de contenu simplifiées avec des idées de publication intégrées et une gestion multicanal.

4.Crowdfire : Crowdfire est un autre outil qui propose la planification TikTok. Il vous permet de planifier des rappels TikTok, vous aidant ainsi à publier votre contenu en cliquant sur quelques invites. De plus, Crowdfire propose des outils de recherche sur le public cible et les concurrents pour vous aider à créer le contenu qui plaît le mieux à votre public.

5.Pallyy : Pallyy est connu pour son interface utilisateur de planification conviviale et inclut la gestion des commentaires TikTok. C'est un excellent outil pour ceux qui recherchent un moyen simple et efficace de planifier leur contenu TikTok.

Grâce à ces outils, vous pouvez planifier et programmer efficacement vos vidéos TikTok, garantissant ainsi une présence cohérente sur la plateforme. Ceci est particulièrement utile si vous gérez plusieurs comptes de réseaux sociaux ou si vous devez publier du contenu à des moments précis pour un engagement maximal. En planifiant vos publications, vous pouvez maintenir un rythme de publication régulier, ce qui est essentiel pour augmenter votre audience TikTok et améliorer votre présence en ligne.

CHAPITRE TROIS

REPUBLIATION ET RECHERCHE DE CONTENU



REPUBLIATION ET RECHERCHE DE CONTENU

Dans le monde de TikTok, la republication et la recherche de contenu sont des stratégies qui peuvent amplifier considérablement votre portée et votre engagement, en particulier lorsque vous gérez un compte sans visage. Voyons comment vous pouvez tirer le meilleur parti de ces tactiques.

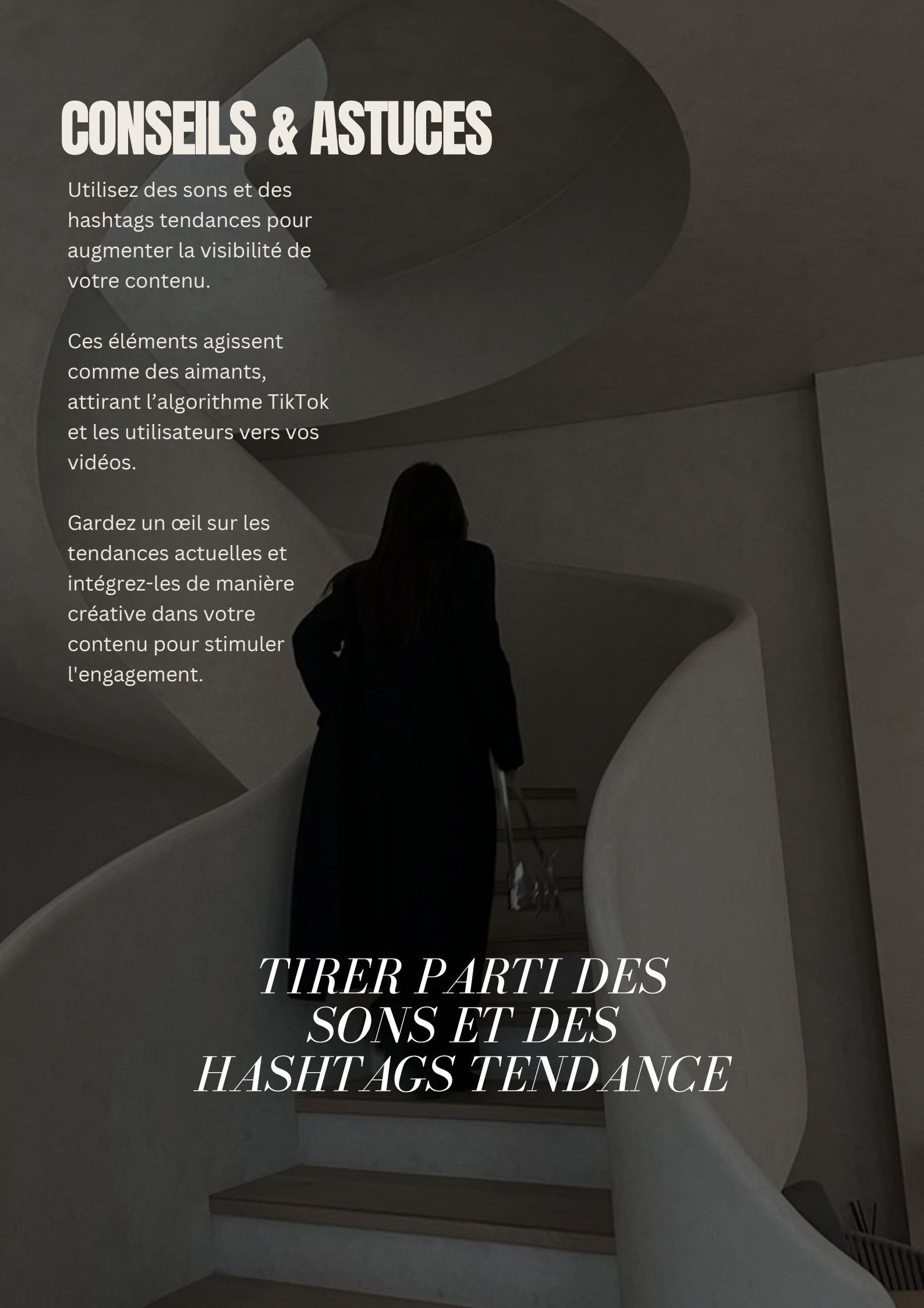
Republier sur TikTok ne consiste pas seulement à partager le contenu de quelqu'un d'autre ; il s'agit d'y ajouter votre touche unique. Cela peut impliquer de re-découper une vidéo populaire et d'ajouter votre propre voix off ou commentaire. Par exemple, s'il existe une vidéo de cuisine tendance, vous pouvez la republier avec vos propres conseils ou une réaction amusante. Cette approche rend non seulement le contenu plus attrayant, mais contribue également à établir la voix et la personnalité de votre marque.

Lorsqu'il s'agit d'ajouter des éléments uniques, pensez à ce que vous pouvez apporter et que la vidéo originale n'avait pas. Cela peut être de l'humour, de l'expertise ou une perspective complètement différente. La clé est de garantir que votre ajout apporte de la valeur à votre public et différencie votre republication de l'original.

La recherche de contenu sur d'autres plateformes comme Instagram et Facebook est une autre stratégie efficace. Souvent, le contenu populaire sur ces plateformes peut trouver une nouvelle vie sur TikTok. Lorsque vous recherchez du contenu, recherchez des vidéos qui correspondent à votre niche et ont le potentiel de trouver un écho auprès de votre audience TikTok. N'oubliez pas qu'il est important de toujours créditer les créateurs originaux lorsque vous republiez leur contenu.

Un bon conseil est de garder un œil sur le contenu viral d'autres plateformes et de l'adapter rapidement à TikTok. Cela pourrait impliquer de créer une version TikTok d'une bobine virale Instagram ou d'un mème vidéo Facebook. En restant au courant des tendances sur toutes les plateformes, vous pouvez garder votre contenu TikTok frais et pertinent.

Enfin, soyez toujours attentif aux directives de la communauté et aux règles de droit d'auteur de TikTok lorsque vous republiez ou recherchez du contenu. L'objectif est d'être créatif et respectueux, en veillant à ce que votre contenu soit non seulement engageant mais également conforme aux politiques de la plateforme.



CONSEILS & ASTUCES

Utilisez des sons et des hashtags tendances pour augmenter la visibilité de votre contenu.

Ces éléments agissent comme des aimants, attirant l’algorithme TikTok et les utilisateurs vers vos vidéos.

Gardez un œil sur les tendances actuelles et intégrez-les de manière créative dans votre contenu pour stimuler l'engagement.

TIRER PARTI DES SONS ET DES HASHTAGS TENDANCE

GUIDE ÉTAPE PAR ÉTAPE
POUR LE CONTENU VIRAL REPUBLIÉ

Créer du contenu viral TikTok, en particulier avec un compte sans visage, peut sembler intimidant, mais c'est étonnamment simple une fois que vous connaissez les étapes. Plongeons dans un guide détaillé, étape par étape, pour créer du contenu republié qui peut captiver votre audience TikTok.

Étape 1 : Recherche de contenu Tout d'abord, vous devez trouver votre contenu. La plupart du temps, cela proviendra de plateformes comme YouTube ou Instagram. Pour YouTube, vous pouvez utiliser n'importe quel téléchargeur de vidéos YouTube fiable trouvé via une simple recherche Google. Pour Instagram, des outils comme inflat.com sont parfaits pour télécharger du contenu. N'oubliez pas que l'objectif est de trouver un contenu engageant et pertinent qui trouve un écho auprès de votre public cible.

Étape 2 : Modification pour TikTok Une fois que vous avez votre contenu, il est temps de le modifier pour TikTok. Si vous utilisez un outil comme CapCut (l'éditeur vidéo de TikTok), vous pouvez facilement formater votre vidéo pour l'écran TikTok. Une tactique populaire consiste à placer votre contenu long au milieu de l'écran, car il a tendance à être plus attrayant sur la plateforme TikTok.

Étape 3 : Ajout de légendes Les légendes sont cruciales. Ils rendent votre contenu accessible et peuvent ajouter du contexte. Dans CapCut, vous pouvez utiliser la fonction de sous-titres automatiques pour générer rapidement des sous-titres. Personnalisez ces légendes en modifiant leur taille, en les mettant en gras ou en changeant leur couleur pour une meilleure visibilité et un meilleur impact.

Étape 4 : Créer du contenu Clickbait Pour rendre votre contenu plus attrayant, ajoutez des titres accrocheurs. Par exemple, si vous republiez un sketch comique, vous pouvez ajouter le nom du comédien ou du sketch en gras en haut du clip. Cette étape simple peut augmenter considérablement le taux de clics de vos vidéos.

Étape 5 : Créer du contenu de motivation Le contenu de motivation est un énorme succès sur TikTok. Pour créer cela, trouvez une vidéo de motivation (de préférence sans texte, juste une voix off et des visuels inspirants). Téléchargez cette vidéo et éditez-la dans CapCut. Vous pouvez rendre votre vidéo verticale, ajouter des sous-titres et même la diviser en plusieurs parties pour la rendre plus digeste et partageable.

GUIDE ÉTAPE PAR ÉTAPE
POUR LE CONTENU VIRAL REPUBLIÉ

Étape 6 : diviser le contenu en plusieurs parties Si votre vidéo est longue, envisagez de la diviser en plusieurs parties. Cela permet non seulement de maintenir l'engagement de votre public, mais ouvre également des opportunités de monétisation, car des vidéos plus longues peuvent être plus lucratives.

Étape 7 : Texte et modèles Utilisez les fonctionnalités de texte et de modèles de votre logiciel d'édition pour faire ressortir vos légendes. Expérimentez avec différents modèles et styles pour trouver ce qui convient le mieux à votre contenu et à votre marque.

Étape 8 : Application de filtres Les filtres peuvent ajouter une touche unique à vos vidéos et aider à établir l'identité visuelle de votre marque. Jouez avec différents filtres pour voir lequel améliore le mieux votre contenu.

Étape 9 : Ajout de votre logo Si vous avez un logo personnel ou de marque, ajoutez-le à vos vidéos. Cela favorise non seulement la reconnaissance de la marque, mais ajoute également une touche professionnelle. Assurez-vous que le logo est subtil et ne domine pas le contenu.
Étape 10 : Cohérence et image de marque Enfin, la cohérence est la clé. Respectez un style, un thème et un calendrier de publication cohérents. Cela aide à fidéliser votre public et augmente vos chances de créer du contenu viral.

En suivant ces étapes, vous ne vous contentez pas de créer du contenu ; vous créez une expérience pour votre public. Il s'agit de combiner créativité et stratégie. N'oubliez pas que l'objectif est d'engager, de divertir et d'informer votre public, tout en construisant votre marque et en changeant potentiellement votre vie grâce à la puissance de TikTok.

PARTAGE INTELLIGENT : DE TIKTOK À INSTAGRAM

Republier vos vidéos TikTok sur d'autres plateformes de médias sociaux comme Instagram peut être une décision judicieuse pour maximiser la portée et l'engagement de votre contenu. Cependant, il ne s’agit pas simplement d’appuyer sur le bouton Partager. Chaque plateforme a son environnement et ses règles uniques, notamment en ce qui concerne des aspects tels que les droits d'auteur sur la musique et les formats vidéo. Voici quelques trucs et astuces pour réutiliser efficacement votre contenu TikTok pour des plateformes comme Instagram :

1. Enregistrez les vidéos originales : enregistrez toujours la version originale de votre vidéo sur votre téléphone avant d'ajouter des fonctionnalités spécifiques à TikTok comme des autocollants ou de la musique. Cela vous donne une table rase sur laquelle travailler lors de l’adaptation de la vidéo pour d’autres plates-formes.

2. Faites attention aux droits d'auteur sur la musique : les droits musicaux peuvent varier considérablement d'une plateforme à l'autre. Une chanson dont l'utilisation est gratuite sur TikTok peut ne pas être sur Instagram en raison de différents accords de licence. Pour éviter les problèmes de droits d'auteur, utilisez de la musique libre de droits ou rééditez la vidéo avec des pistes spécifiques à la plate-forme.

3. Adaptez-vous aux formats de plateforme : chaque plateforme de médias sociaux a son format vidéo préféré. Par exemple, les vidéos Instagram Reels et TikTok peuvent se ressembler, mais Reels possède son propre ensemble d'outils et d'effets d'édition. Adaptez votre contenu au format et au style de la plateforme sur laquelle vous publiez.

4..Supprimer les balises spécifiques à la plate-forme : les balises et fonctionnalités TikTok peuvent ne pas avoir de sens ou même être cliquables sur d'autres plates-formes. Supprimez toutes les balises, textes ou effets spécifiques à TikTok et remplacez-les par ceux pertinents pour la plate-forme sur laquelle vous republiez.

DE TIKTOK À INSTAGRAM

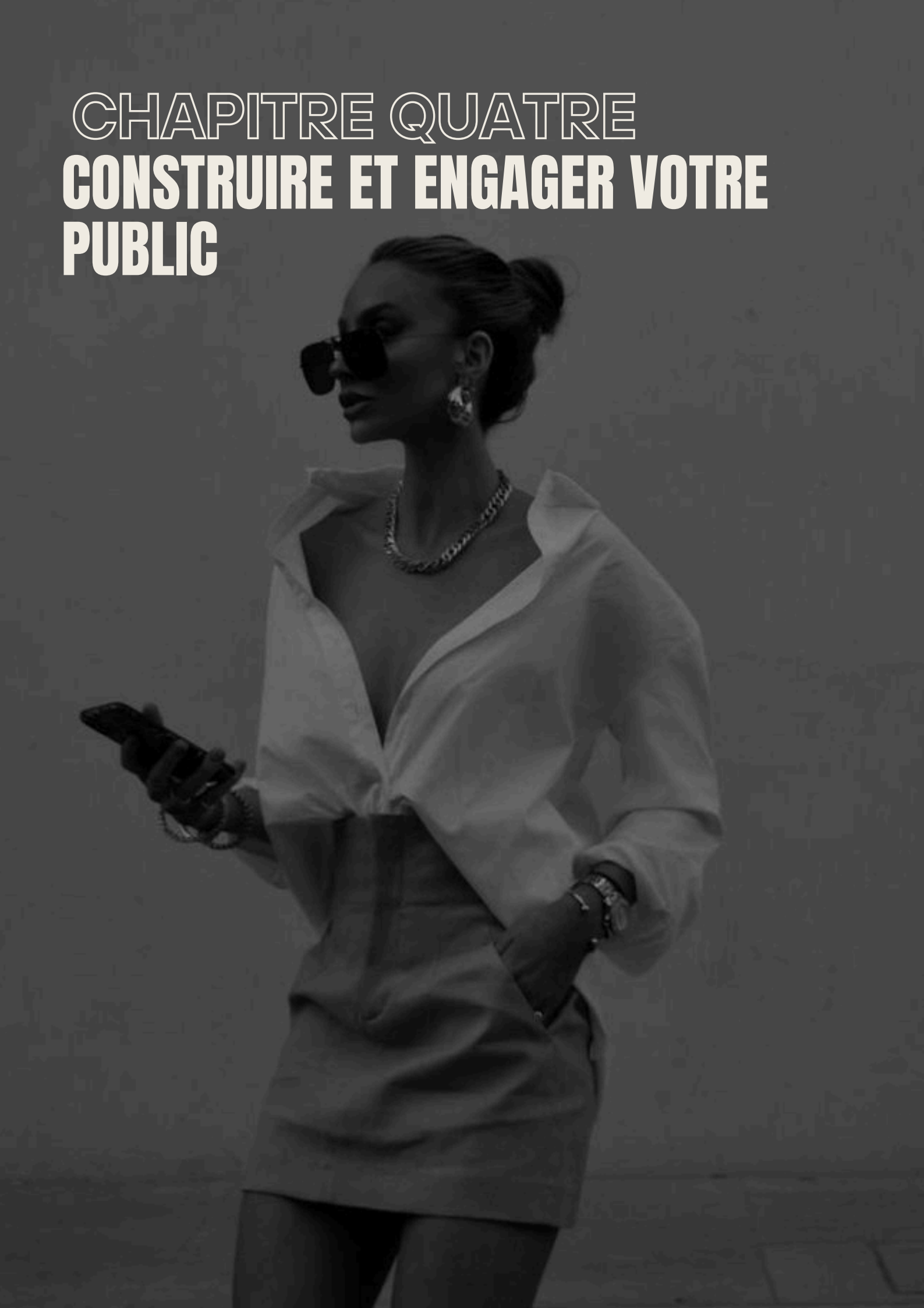
5. Tenez compte du public : le public sur Instagram peut différer de celui de vos abonnés TikTok. Personnalisez le message, le ton et le style de votre vidéo pour trouver un écho auprès du public spécifique de chaque plateforme.

6. Le timing est la clé : le meilleur moment pour publier sur TikTok n'est peut-être pas le même pour Instagram. Recherchez et comprenez les heures de pointe pour chaque plateforme afin de garantir une visibilité et un engagement maximum.

7. Engagez-vous avec chaque communauté : les normes d'engagement peuvent varier selon les plateformes. Lorsque vous republiez du contenu, assurez-vous d'interagir avec votre public d'une manière qui correspond à la culture communautaire de chaque plateforme.

8. Suivez les performances et itérez : utilisez les outils d'analyse disponibles sur chaque plate-forme pour suivre les performances de votre contenu republié. Ces données peuvent fournir des informations précieuses sur ce qui fonctionne le mieux sur chaque plateforme, vous aidant ainsi à affiner votre stratégie multiplateforme.

CHAPITRE QUATRE
CONSTRUIRE ET ENGAGER VOTRE PUBLIC





CONSTRUIRE ET ENGAGER VOTRE PUBLIC

Construire et engager une audience sur TikTok, en particulier pour un compte sans visage axé sur les vues et le marketing d'affiliation, est un art qui mélange diverses stratégies dans une approche transparente. La clé réside dans la compréhension et la satisfaction des intérêts de votre public. Cela signifie se plonger dans l'analyse des données pour adapter le contenu qui correspond à leurs préférences, qu'il s'agisse de s'aligner sur les tendances ou de répondre aux événements actuels.

Les éléments interactifs changent la donne dans ce domaine. Imaginez intégrer des sondages, des quiz ou des défis dans vos vidéos, invitant les spectateurs à participer et à partager leurs réflexions. Cela stimule non seulement l'engagement, mais offre également des informations précieuses sur ce que votre public aime.

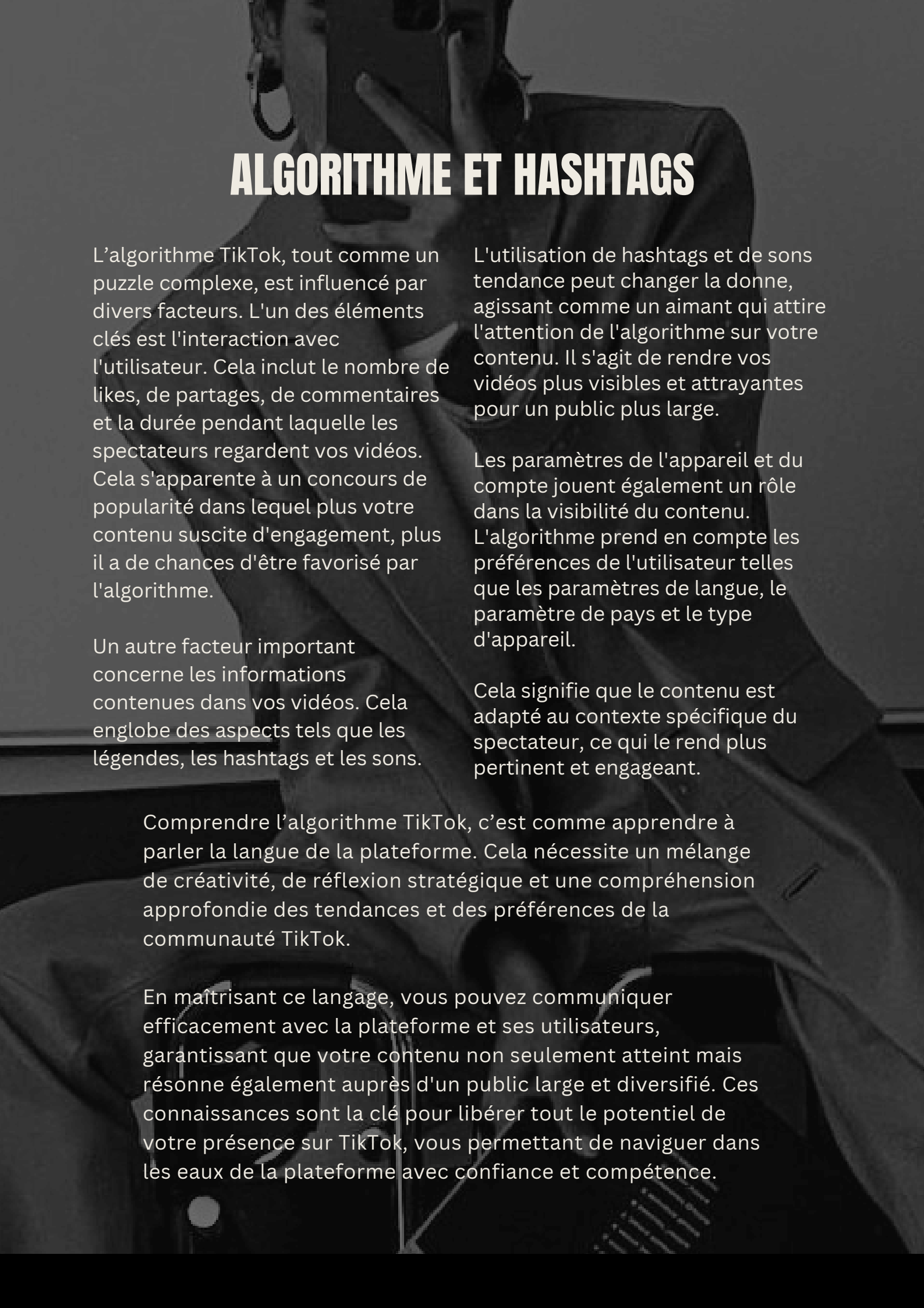
La cohérence des publications est comme le battement de cœur de votre présence sur TikTok. Un calendrier de publication régulier maintient votre public engagé et attend avec impatience votre prochaine publication.

Parlons maintenant de la magie des sons tendances et des hashtags. Ils sont comme des aimants, attirant davantage d'attention sur votre contenu. L'intégration régulière de ces éléments peut augmenter considérablement la visibilité de votre contenu, attirer de nouveaux abonnés et garder votre contenu à jour. Mais il ne s'agit pas seulement de publier ; interagir avec votre public est crucial. Répondre aux commentaires et participer aux conversations permet de créer une communauté autour de votre marque, même sans visage avec lequel se connecter.

Organisez des concours ou des cadeaux qui encouragent les utilisateurs à interagir avec votre contenu. Cela pourrait impliquer qu'ils aiment, commentent ou partagent vos vidéos pour avoir une chance de gagner quelque chose en rapport avec votre niche.
Et lorsqu'il s'agit de marketing d'affiliation, l'astuce consiste à intégrer de manière transparente les produits dans vos vidéos. Il s'agit de les présenter de manière créative qui ne semble pas difficile à vendre.

Apportez de la valeur à travers votre contenu. Cela peut prendre la forme de contenu éducatif, de conseils, de guides pratiques ou de faits intéressants liés à votre niche. Le contenu à valeur ajoutée a tendance à obtenir plus de partages et d'enregistrements, augmentant ainsi l'engagement.

Enfin, garder un œil sur vos analyses, c'est comme avoir une feuille de route. Il vous guide dans la compréhension du contenu qui touche votre public, vous aidant à adapter et à affiner votre stratégie.



ALGORITHME ET HASHTAGS

L’algorithme TikTok, tout comme un puzzle complexe, est influencé par divers facteurs. L'un des éléments clés est l'interaction avec l'utilisateur. Cela inclut le nombre de likes, de partages, de commentaires et la durée pendant laquelle les spectateurs regardent vos vidéos. Cela s'apparente à un concours de popularité dans lequel plus votre contenu suscite d'engagement, plus il a de chances d'être favorisé par l'algorithme.

Un autre facteur important concerne les informations contenues dans vos vidéos. Cela englobe des aspects tels que les légendes, les hashtags et les sons.

L'utilisation de hashtags et de sons tendance peut changer la donne, agissant comme un aimant qui attire l'attention de l'algorithme sur votre contenu. Il s'agit de rendre vos vidéos plus visibles et attrayantes pour un public plus large.

Les paramètres de l'appareil et du compte jouent également un rôle dans la visibilité du contenu. L'algorithme prend en compte les préférences de l'utilisateur telles que les paramètres de langue, le paramètre de pays et le type d'appareil.

Cela signifie que le contenu est adapté au contexte spécifique du spectateur, ce qui le rend plus pertinent et engageant.

Comprendre l’algorithme TikTok, c’est comme apprendre à parler la langue de la plateforme. Cela nécessite un mélange de créativité, de réflexion stratégique et une compréhension approfondie des tendances et des préférences de la communauté TikTok.

En maîtrisant ce langage, vous pouvez communiquer efficacement avec la plateforme et ses utilisateurs, garantissant que votre contenu non seulement atteint mais résonne également auprès d'un public large et diversifié. Ces connaissances sont la clé pour libérer tout le potentiel de votre présence sur TikTok, vous permettant de naviguer dans les eaux de la plateforme avec confiance et compétence.

HASHTAGS

Les hashtags sont comme la boussole des médias sociaux, guidant votre contenu vers le bon public.

Trouver les meilleurs hashtags pour votre contenu TikTok est un mélange d'art et de science. Cela commence par comprendre votre niche. Plongez dans la recherche et explorez les hashtags utilisés par vos concurrents et les influenceurs du secteur. Cela vous donne une base de balises populaires et pertinentes.

Mais ne vous arrêtez pas là. L'expérimentation est la clé. Mélangez des hashtags populaires avec des hashtags plus spécifiques. Par exemple, si vous êtes dans le créneau de l'art numérique, associez un hashtag large comme #DigitalArt à quelque chose de plus ciblé comme #EtsyArtists. Cette stratégie vous aide à toucher à la fois un large public et ceux spécifiquement intéressés par votre niche.

Un autre conseil est de garder un œil sur les hashtags tendances. La page Découvrir de TikTok est une mine d'or pour cela. L'intégration de hashtags tendance peut catapulter votre contenu vers un bassin plus large de téléspectateurs. Cependant, assurez-vous qu'ils sont pertinents par rapport à votre contenu. Une utilisation abusive des hashtags tendance peut se retourner contre vous, entraînant des réactions négatives du public.

Lorsqu'il s'agit de descriptions, la clarté et la concision sont vos amies. Votre espace est limité, alors faites en sorte que chaque mot compte. Commencez avec une accroche convaincante qui correspond à votre contenu vidéo. Cela peut être une question, une déclaration audacieuse ou un teaser. Votre objectif est de piquer la curiosité et d'encourager les téléspectateurs à regarder l'intégralité de la vidéo, ce qui nous amène à des accroches.



HOOKS ET APPEL À L'ACTION (CTA)

Les crochets doivent attirer votre attention instantanément et vous donner envie d’en savoir plus. Ce sont les premières lignes de votre vidéo qui décident si le spectateur reste ou s'éloigne.

Un bon crochet est court, percutant et intrigant. Il peut s'agir d'un fait surprenant, d'une question provocatrice ou d'une déclaration audacieuse qui incite les téléspectateurs à réfléchir : "Attendez, de quoi s'agit-il ?" La magie d'une bonne accroche réside dans sa capacité à susciter la curiosité et à se connecter avec les intérêts ou les émotions du spectateur dès le départ.

Incorporez un appel à l’action (CTA) dans votre description. Cela peut être aussi simple que de demander aux téléspectateurs d’aimer, de commenter ou de partager. Si vous faites du marketing d'affiliation, un CTA dirigeant les téléspectateurs vers un lien dans votre biographie est crucial. Mais rappelez-vous que le CTA doit sembler naturel et non forcé.

Les émojis peuvent également ajouter de la personnalité et un attrait visuel à vos descriptions. Ils peuvent diviser le texte, le rendant plus lisible et plus attrayant. Cependant, utilisez-les avec parcimonie et assurez-vous qu’ils sont pertinents par rapport à votre contenu.

Enfin, gardez toujours un œil sur vos analyses. TikTok fournit des informations sur les hashtags qui génèrent le plus de vues et d'engagement. Utilisez ces données pour affiner votre stratégie de hashtag au fil du temps. N'oubliez pas que ce qui fonctionne aujourd'hui pourrait ne pas fonctionner demain, alors restez flexible et prêt à vous adapter.

La bonne combinaison de hashtags et de descriptions bien conçues peut améliorer considérablement votre stratégie TikTok, conduisant à une visibilité, un engagement et un succès accrus dans vos efforts de marketing numérique.



CHAPITRE CINQ
MÉTHODES DE MONÉTISATION

DIVERSES MÉTHODES DE MONÉTISATION ADAPTÉES AUX COMPTES SANS VISAGE, DU MARKETING D'AFFILIATION À LA VENTE DE PRODUITS NUMÉRIQUES. SONS ET HASHTAGS



CONSEILS & ASTUCES

Utilisez des cliffhangers dans le texte de votre vidéo pour encourager l'interaction du spectateur.

Posez des questions ou laissez des histoires partiellement racontées pour susciter des commentaires et des discussions.

Cela stimule non seulement l'engagement, mais aide également à mieux comprendre votre public, permettant ainsi un contenu plus personnalisé à l'avenir.

INTERAGISSEZ AVEC LES CLIFFHANGERS ET LE CONTENU INTERACTIF



MÉTHODES DE MONÉTISATION

TikTok offre de nombreuses opportunités de monétisation. Que ce soit via le marketing d'affiliation, la vente de produits numériques ou le dropshipping, la clé est d'aligner votre stratégie de monétisation sur votre contenu et votre audience. Avec de la créativité, de la cohérence et un peu de sens des affaires, votre compte TikTok peut devenir une source de revenus importante.

Vous avez probablement entendu parler de personnes qui gagnent beaucoup d’argent sur cette plateforme, n’est-ce pas ? Nous parlons de dizaines de milliers, de centaines de milliers et même de millions chaque mois. Maintenant, vous pensez peut-être que vous devez être le prochain grand influenceur, constamment devant la caméra, pour gagner ce genre de revenus. Mais devinez quoi ? Vous pouvez totalement gagner de l’argent sans jamais montrer votre visage. Il s'agit de renforcer votre présence sur TikTok, d'augmenter votre audience et de monétiser intelligemment votre compte.

LE MARKETING D'AFFILIATION

Le marketing d'affiliation sur TikTok n'est pas un programme pour devenir riche rapidement. C'est un jeu de patience, de persévérance et de stratégie. Mais quelle est sa beauté ? Vous avez le contrôle. Vous choisissez les produits, vous créez le contenu et vous récoltez les fruits, tout en gardant votre anonymat intact.

Cette approche ne nécessite pas de créer vos propres produits. Au lieu de cela, cela implique un processus beaucoup plus simple. Vous sélectionnez des produits existants, fabriqués et commercialisés par d'autres, et vous les intégrez dans votre contenu TikTok. Ce faisant, vous gagnez une partie des bénéfices grâce aux commissions d'affiliation.
C'est gagnant-gagnant : vos abonnés découvrent d'excellents produits et vous êtes récompensé pour vos recommandations.

Maintenant, pourquoi le marketing d'affiliation est-il un atout pour TikTok ? Parce que tout est question de créativité et de portée, pas de votre visage ou de votre marque personnelle. Vous pouvez être le sorcier derrière le rideau, tirer les ficelles et faire de la magie une opération sans jamais passer sous les projecteurs.
Cette méthode est non seulement la plus simple, mais aussi potentiellement très lucrative et vous pouvez gagner jusqu'à 60 000 $ par mois.

Trouver les bons produits : la clé d'un marketing d'affiliation réussi consiste à choisir des produits qui trouvent un écho auprès de votre public. Recherchez des produits qui correspondent à votre thème de contenu et aux intérêts de vos abonnés. Utilisez des plateformes comme ClickBank ou Amazon Associates pour trouver une large gamme de produits à promouvoir.

Configuration de liens d'affiliation : Une fois que vous avez choisi vos produits, vous recevrez des liens d'affiliation uniques du commerçant. Ces liens sont vos tickets en or pour gagner des commissions.
Si vous créez du contenu sur un produit spécifique qui devient viral, vous pouvez facilement l'avoir dans votre bio et mettre dans la description de votre vidéo « le lien vers le produit est dans la BIO » et croyez-moi, beaucoup de gens gagnent de l'argent grâce au marketing d'affiliation sur tik tok

Promouvoir efficacement les produits : votre contenu doit naturellement intégrer les produits dont vous faites la promotion. Qu'il s'agisse d'une vidéo de déballage créative, d'un guide pratique ou d'une comparaison de produits amusante, votre contenu doit être engageant et apporter de la valeur à votre public. N'oubliez pas que l'authenticité est la clé pour établir la confiance avec vos abonnés.

COURS NUMÉRIQUES AFFILIÉ



S'aventurer dans le domaine de la vente de produits numériques en ligne, en particulier ceux que vous n'avez pas créés vous-même, est une opportunité très lucrative. Cette approche, où vous achetez les droits pour revendre des produits numériques préfabriqués, change la donne. C'est comme recevoir une clé en or menant à un royaume de produits prêts à vendre et très demandés. Et le meilleur ? Vous conservez 100 % de ce que vous vendez.

Imaginez promouvoir quelque chose comme « DWA Vol.2 » sur votre compte TikTok. Ce ne sont pas n'importe quels produits ; il s'agit d'un cours numérique bénéficiant d'une excellente réputation et d'une demande éprouvée. En le présentant sur votre compte TikTok sans visage, vous ne faites pas que vendre ; vous apportez de la valeur, en offrant des voies d'accès aux connaissances et à l'amélioration des compétences.

Les avantages de cette approche sont clairs comme le jour. Vous pouvez commencer à vendre presque immédiatement, sans avoir à créer vos propres produits. C'est comme entrer dans un magasin rempli de produits à succès et se faire dire : « Vous pouvez tous les vendre. » Cette méthode permet une diversification rapide, vous donnant la flexibilité nécessaire pour adapter et développer votre vitrine numérique sur TikTok. Vous devenez un marchand numérique de connaissances recherchées, tout en préservant votre anonymat. C'est une situation gagnant-gagnant, où vos abonnés gagnent des ressources inestimables et où vous construisez un empire rentable et sans visage sur TikTok.

MARKETING D'AFFILIATION À PRIX ÉLEVÉ

Commercialiser des produits coûteux, qu'ils soient physiques ou numériques, revient à entrer dans un monde aux enjeux et aux récompenses élevés. C'est une aventure passionnante où vous êtes le lien entre un produit haut de gamme et un acheteur potentiel. Vous obtenez un lien d'affiliation unique et lorsque quelqu'un clique dessus et effectue un achat, vous gagnez une commission. C'est comme être un courtier numérique, connecter les gens aux produits dont ils ont besoin et obtenir une part du gâteau en retour.

Parlons de certains des grands acteurs de ce domaine. Des programmes comme « Legendary », avec son cours à 7 $, et « 7 Figure Accelerator » sont les poids lourds du marketing d'affiliation coûteux. Elles sont comme les voitures de luxe du monde des produits numériques : une valeur élevée et une forte demande.

Prenez par exemple le compte « Millionaire Mindset ». Avec plus de 300 000 abonnés, ce compte est un excellent exemple de la façon de faire vibrer TikTok de manière anonyme. Le secret? Ils utilisent des séquences d'archives ou des clips trouvés en ligne, les rassemblant de manière créative pour créer un contenu attrayant et original. Et le meilleur ? Ils ne se contentent pas d'accumuler des vues ; ils transforment ces opinions en argent.

Voici le scoop : lorsque vous consultez la biographie "Millionaire Mindset", vous trouverez des liens faisant la promotion de produits tels que "Wi-Fi University" ou "Comment démarrer le crypto trading", entre autres.

Ce ne sont pas n'importe quels produits ; ce sont des mines d'or numériques qui enseignent à leurs abonnés comment démarrer et développer des entreprises en ligne. Imaginez gagner plus de 750 $ par jour simplement en guidant les gens dans leur parcours entrepreneurial !

Mais attendez, il y a plus. Un autre compte, anonyme mais tout aussi réussi, génère des centaines de milliers, voire des millions de vues. Ils suivent le même principe : créer un contenu convaincant sans révéler leur identité et utiliser leur plateforme pour promouvoir des produits numériques. Cette stratégie ne consiste pas seulement à obtenir des likes et des partages ; c'est un moyen cohérent et fiable de gagner de l'argent.

MARKETING D'AFFILIATION À PRIX ÉLEVÉ



Les pros ici sont plutôt alléchants. Vous pouvez vous lancer rapidement dans le jeu, sans avoir à créer de produits, de pages de destination ou à traiter avec le service client. C'est comme recevoir un kit d'affaires prêt à l'emploi. Vous ne faites pas que gagner ; vous gagnez gros, car certaines commissions peuvent atteindre 50 % du prix de vente. Juste quelques ventes et vous obtenez un revenu important.

Cependant, le monde du marketing d'affiliation coûteux devient de plus en plus encombré et se démarquer peut être un défi. C'est comme essayer de se faire entendre dans une pièce pleine de voix fortes. De plus, de nombreuses personnes qui font la promotion de ces programmes gagnent en réalité la majeure partie de leur argent en revendant un programme qui vous apprend à vendre le même programme. C'est un peu comme un serpent qui se mange la queue, et il a acquis une réputation de système pyramidal.

Un autre problème est le coût élevé de ces programmes. Nous parlons de cours qui peuvent coûter plus de 2 500 $, ce qui est difficile à vendre, surtout lorsqu'il existe des options plus complètes et plus abordables comme le cours « DWA » à 497 $. C'est comme essayer de vendre un diamant sur un marché rempli d'or : les deux sont précieux, mais l'un d'eux est beaucoup plus accessible.

Enfin, le facteur de vente incitative dans ces programmes peut être un peu un exercice de corde raide. Certains ne vous permettent pas d'être transparent à ce sujet dans votre marketing, ce qui peut donner l'impression de parcourir un chemin semé de pièges cachés.

VENDRE VOS PROPRES PRODUITS NUMÉRIQUES

Les produits numériques sont un moyen fantastique de monétiser votre compte TikTok. Il peut s'agir de n'importe quoi, des ebooks et cours aux imprimables et modèles de conception. La beauté des produits numériques est que vous les créez une seule fois et les vendez à l'infini, sans aucun problème d'inventaire ni d'expédition.

Création de produits numériques : réfléchissez aux compétences ou aux connaissances que vous pouvez partager. Êtes-vous un gourou du fitness? Créez un plan d'entraînement. Passionné de cuisine ? Que diriez-vous d'un ebook de recettes ? Utilisez des outils comme Canva ou Adobe Spark pour concevoir vos produits.

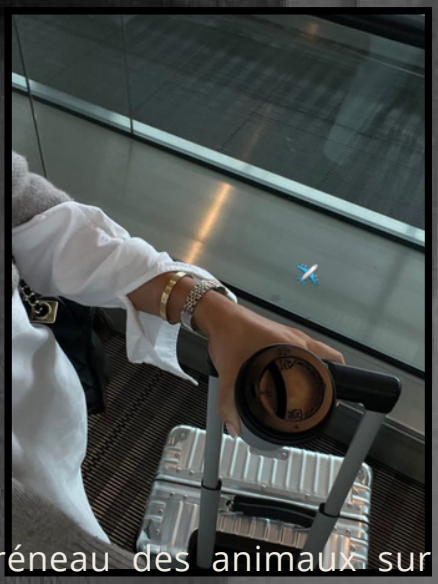
Vendre vos produits : vous pouvez vendre vos produits numériques directement via votre lien bio TikTok ou utiliser des plateformes comme Etsy, Shopify, Stanstore ou Gumroad. Assurez-vous que votre page de vente est attrayante et explique clairement les avantages de votre produit.

Promotion de vos produits sur TikTok : utilisez votre contenu TikTok pour mettre en valeur la valeur de vos produits numériques. Partagez des extraits, des témoignages ou des aperçus des coulisses pour susciter l'intérêt de votre public.

ASTUCE : N'OUBLIEZ PAS D'OFFRIR UN CADEAU POUR COMMENCER SUR VOTRE LISTE DE DIFFUSION !

LIVRAISON DIRECTE

Le dropshipping est une méthode de traitement des commandes au détail dans laquelle vous vendez des produits sans les stocker réellement. Lorsqu'un client effectue un achat, la commande est envoyée directement au fournisseur, qui expédie ensuite le produit au client.



Des plateformes comme Shopify, Etsy ou WooCommerce facilitent la création d'une boutique en ligne. Choisissez une niche qui correspond à votre contenu TikTok et trouvez un fournisseur fiable.

Shopify propose actuellement une offre très attractive, un dollar pour les trois premiers mois, donc cela vaut vraiment la peine d'y jeter un œil.
Par exemple, avez-vous déjà pensé à exploiter le créneau des animaux sur TikTok ? C'est une mine d'or, surtout si vous aimez nos amis à quatre pattes. Imaginez ceci : vous créez ces adorables vidéos de chats que tout le monde aime. Pourquoi ne pas aller plus loin et le lier à un magasin rempli de produits pour chats ? C'est comme faire d'une pierre deux coups : partager du contenu que vous aimez et gagner de l'argent en plus.

Voici comment cela fonctionne. Vous créez une boutique en ligne (ce qui est bien plus simple qu'il n'y paraît) et la stockez avec toutes sortes de friandises pour chats. Ensuite, vous trouvez un fournisseur qui s'occupe de toutes les tâches essentielles comme l'inventaire et l'expédition. Vous achetez les produits au prix de gros, disons 10 $ pour un peigne pour chat élégant, puis vous l'inscrivez dans votre magasin pour 20 $. C'est là une jolie majoration de 100 % !

Maintenant, vous pensez peut-être : « Mais créer un magasin semble demander beaucoup de travail. » Pas vraiment! Des plateformes comme Etsy ou Fiverr sont là pour vous aider. Avec un peu moins de 100 $, vous pouvez demander à quelqu'un d'ouvrir votre boutique et vous êtes prêt à partir. La meilleure partie? TikTok et les animaux sont comme le beurre de cacahuète et la gelée : ils vont parfaitement ensemble. Vos vidéos sur les chats (ou sur n'importe quel animal, en fait) peuvent générer des vues insensées, et ces vues peuvent se transformer en clics et en ventes sur votre site Web. C'est un système fantastique qui peut nécessiter un peu de temps ou un petit investissement initial, mais le résultat ? Vraiment la peine.

PROGRAMME DE CRÉATIVITÉ DE TIK TOK



TikTok révolutionne le jeu des médias sociaux avec sa nouvelle fonctionnalité, le programme de créativité, et cela change la donne pour ceux qui cherchent à gagner de l'argent en ligne, surtout si vous souhaitez faire profil bas.

Imaginez gagner entre 10 000 et 30 000 dollars par mois sans montrer votre visage ni même utiliser votre appareil photo.

Cela semble trop beau pour être vrai ? Eh bien, ce n'est pas le cas. Ce programme paie environ 1 $ pour 1 000 vues, ce qui contraste fortement avec les 6 cents de YouTube Shorts pour 1 000 vues.

En moyenne, les créateurs peuvent gagner environ 1 $ pour 1 000 vues.

Cependant, ce taux peut fluctuer. Parfois, cela peut aller jusqu'à 2 ou 3 dollars pour 1 000 vues, mais d'autres fois, cela peut descendre jusqu'à environ 80 à 90 cents. Alors, estimons cela à environ un dollar pour mille vues.

PROGRAMME DE CRÉATIVITÉ DE TIK TOK

Ce guide étape par étape vous permettra de comprendre et d'exploiter cette incroyable opportunité, où que vous soyez dans le monde. Tout d'abord, parlons de la version bêta du programme de créativité TikTok. C'est la réponse de TikTok au programme de partenariat de YouTube, et ils ne se retiennent pas, consacrant plus d'un milliard de dollars pour récompenser les créateurs pour leur contenu vidéo long.

Actuellement disponible aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Brésil, en France, en Allemagne, au Japon et en Corée, ce guide vous montrera comment postuler et être accepté partout dans le monde.

Les exigences? Avoir au moins 18 ans, avoir au moins 10 000 abonnés et recueillir au moins 100 000 vues au cours des 30 derniers jours. Et n'oubliez pas que pour gagner de l'argent grâce à vos TikToks, ils doivent durer plus d'une minute.

Par exemple, une vidéo avec un demi-million de vues pourrait rapporter environ 500 $. Si une vidéo atteint 1,2 million de vues, cela représente potentiellement 1 200 $. Certains de ces comptes sans visage ont accumulé des millions de vues et, avec 2,8 millions de likes, ils pourraient gagner des dizaines de milliers de dollars grâce aux programmes de monétisation de TikTok.

Maintenant, plongeons dans le vif du sujet. Si vous faites déjà partie du Creator Fund, passer au programme de créativité est un jeu d'enfant. Naviguez simplement dans les paramètres de votre application TikTok, et le tour est joué ! Mais n'oubliez pas qu'une fois que vous avez changé, vous ne pouvez plus revenir en arrière. Les paiements sont effectués mensuellement, donc si vous gagnez gros en novembre, attendez-vous à une belle somme le 15 décembre.

Mais que se passe-t-il si vous repartez de zéro ? Aucun problème! Vous pouvez soit développer votre compte de manière organique en choisissant une niche attrayant et en créant des vidéos attrayantes de plus de 60 secondes, soit prendre un raccourci avec un compte TikTok instantanément monétisé que vous pouvez acheter en ligne.

Pour ceux qui résident en dehors des États-Unis, il existe une petite astuce pour accéder au programme. Modifiez les paramètres de localisation de votre téléphone, installez un VPN et obtenez une carte SIM américaine. Avec ces étapes, vous ferez croire au système que vous êtes aux États-Unis, ce qui vous rendra éligible au programme.

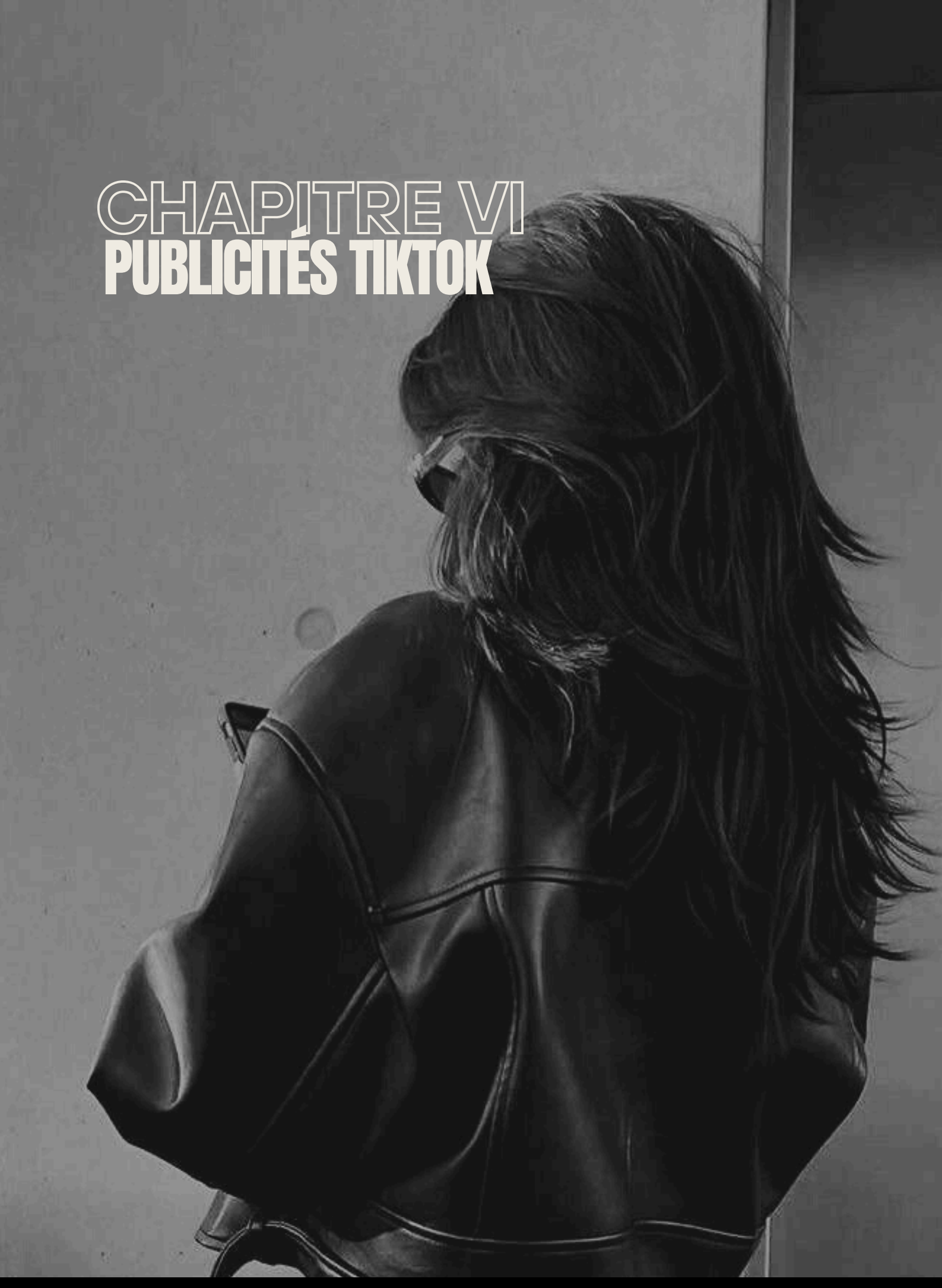
Parlons maintenant de la façon dont les comptes totalement anonymes conviennent parfaitement à cela. Ces comptes publient du contenu très simple, partageant souvent simplement des faits intéressants qu'ils trouvent en ligne. Et devine quoi? Ils récoltent des vues par centaines de milliers.

PROGRAMME DE CRÉATIVITÉ DE TIK TOK

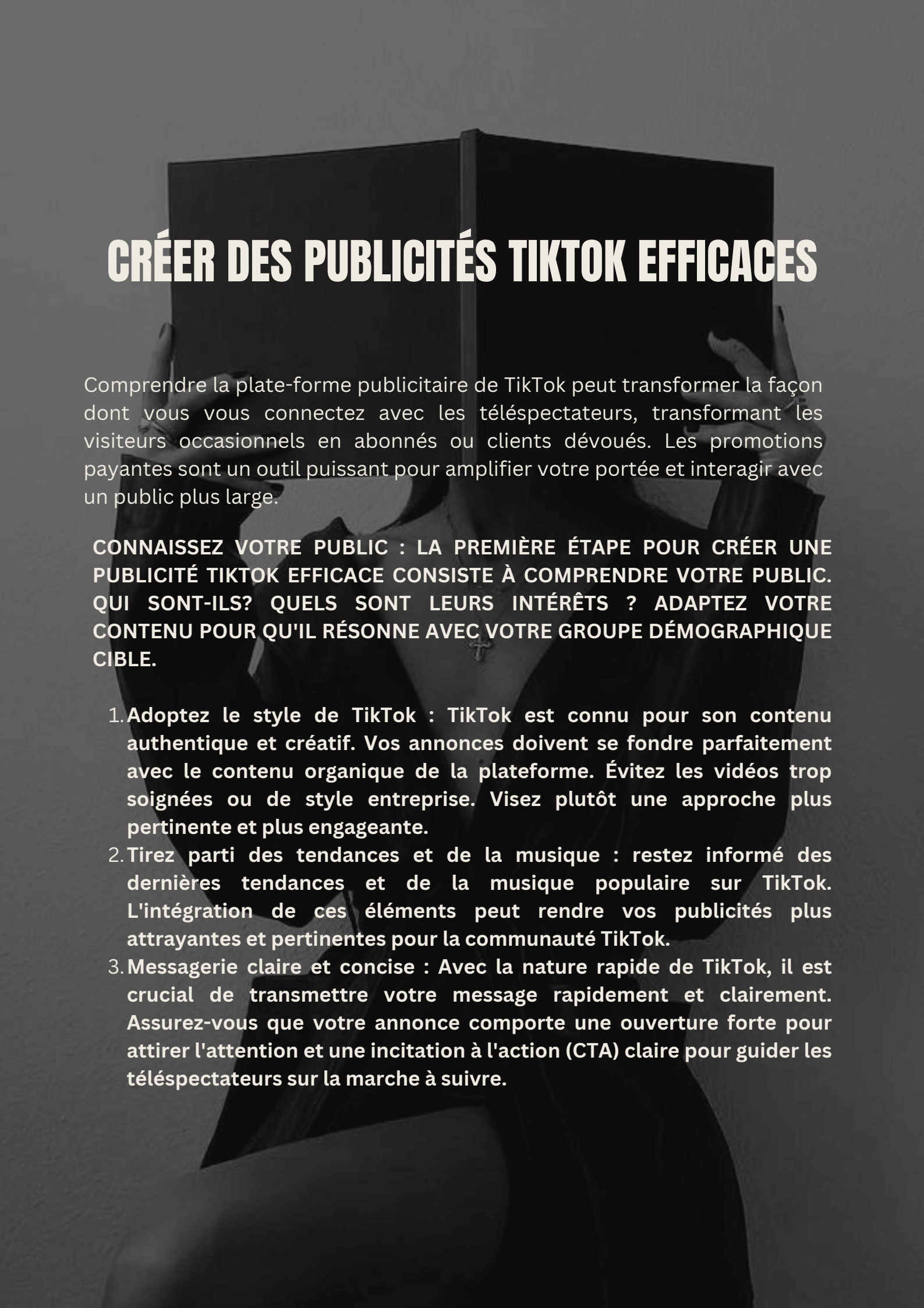
Dans le créneau Zodiac, les créateurs font sensation avec des TikToks simples qui accumulent des milliers, parfois des millions de vues. Avec un nombre stupéfiant de 1,7 million de likes, on estime que ces comptes anonymes auraient pu rapporter entre 20 000 et 30 000 dollars, le tout sans jamais révéler leur identité.

Maintenant, il est important de noter que TikTok ne vous permet pas simplement de republier le contenu de quelqu'un d'autre dans un but lucratif. Cependant, si vous ajoutez votre propre touche unique – comme des sous-titres personnalisés ou la combinaison de différents clips – vous pouvez créer quelque chose de nouveau et monétisable. Cette approche nécessite un peu de créativité, mais c'est un moyen viable d'exploiter le potentiel de revenus de TikTok tout en offrant de la valeur à votre public.

Le programme de créativité de TikTok est une opportunité incroyable pour ceux qui cherchent à gagner de l'argent en ligne, surtout si vous préférez rester dans les coulisses. Avec la bonne stratégie, un peu de créativité et peut-être quelques raccourcis, vous pouvez accéder à cette plateforme lucrative et commencer à gagner des revenus importants, tout en préservant votre identité privée. Alors, êtes-vous prêt à plonger dans le monde de TikTok et à commencer à gagner de l’argent ? Le moment est venu et l’opportunité est à vous de la saisir !



CHAPITRE VI
PUBLICITÉS TIKTOK



CRÉER DES PUBLICITÉS TIKTOK EFFICACES

Comprendre la plate-forme publicitaire de TikTok peut transformer la façon dont vous vous connectez avec les téléspectateurs, transformant les visiteurs occasionnels en abonnés ou clients dévoués. Les promotions payantes sont un outil puissant pour amplifier votre portée et interagir avec un public plus large.

CONNAISSEZ VOTRE PUBLIC : LA PREMIÈRE ÉTAPE POUR CRÉER UNE PUBLICITÉ TIKTOK EFFICACE CONSISTE À COMPRENDRE VOTRE PUBLIC. QUI SONT-ILS? QUELS SONT LEURS INTÉRÊTS ? ADAPTEZ VOTRE CONTENU POUR QU'IL RÉSONNE AVEC VOTRE GROUPE DÉMOGRAPHIQUE CIBLE.

1. **Adoptez le style de TikTok : TikTok est connu pour son contenu authentique et créatif. Vos annonces doivent se fondre parfaitement avec le contenu organique de la plateforme. Évitez les vidéos trop soignées ou de style entreprise. Visez plutôt une approche plus pertinente et plus engageante.**
2. **Tirez parti des tendances et de la musique : restez informé des dernières tendances et de la musique populaire sur TikTok. L'intégration de ces éléments peut rendre vos publicités plus attrayantes et pertinentes pour la communauté TikTok.**
3. **Messagerie claire et concise : Avec la nature rapide de TikTok, il est crucial de transmettre votre message rapidement et clairement. Assurez-vous que votre annonce comporte une ouverture forte pour attirer l'attention et une incitation à l'action (CTA) claire pour guider les téléspectateurs sur la marche à suivre.**

PUBLICITÉS TIKTOK

Cibler le bon public

1. **Ciblage démographique : TikTok vous permet de cibler vos publicités en fonction de l'âge, du sexe, de l'emplacement et des intérêts. Utilisez ces fonctionnalités pour toucher les personnes les plus susceptibles d'interagir avec votre contenu. Pour une niche tel que l'art numérique, vous pouvez cibler les jeunes adultes, majoritairement des femmes, intéressés par le bricolage, le design numérique et l'entrepreneuriat.**
2. **Ciblage comportemental : vous pouvez également cibler les utilisateurs en fonction de leur comportement sur l'application, comme les vidéos qu'ils regardent, les comptes qu'ils suivent et le contenu avec lequel ils interagissent.**
3. **Audiences personnalisées : si vous disposez de données client existantes, vous pouvez créer des audiences personnalisées sur TikTok pour recibler les personnes qui ont déjà interagi avec votre marque.**

Mesurer le succès des campagnes payantes

1. **Mesures d'engagement : suivez les likes, les commentaires, les partages et les vues pour évaluer la manière dont les utilisateurs interagissent avec vos annonces. Des taux d'engagement élevés indiquent souvent que votre contenu trouve un écho auprès de votre public.**
2. **Suivi des conversions : si votre objectif est de générer des ventes ou des prospects, utilisez les outils de suivi des conversions de TikTok pour mesurer l'efficacité de vos publicités dans la réalisation de ces objectifs.**
3. **Retour sur investissement (ROI) : calculez le ROI de vos campagnes en comparant le coût de vos annonces aux revenus générés. Cela vous aidera à comprendre l'efficacité financière de vos efforts publicitaires sur TikTok.**
4. **Tests A/B : testez différents formats d'annonces, messages et options de ciblage. Utilisez les tests A/B pour déterminer ce qui fonctionne le mieux pour votre public et affinez votre stratégie en conséquence.**



CONSEILS & ASTUCES

Publiez régulièrement, en visant 3 à 5 fois par jour, pour rester pertinent et visible.

Utilisez la fonction de brouillon de TikTok pour planifier et programmer du contenu.

Mélangez vos types de contenu – du éducatif au divertissant, pour garder votre public engagé et intéressé.

La cohérence des publications, associée à la variété du contenu, peut améliorer considérablement votre présence sur TikTok.

PUBLICATION DE CONTENU COHÉRENT ET VARIÉ

APPLICATIONS, SITES ET LOGICIELS

J'ai dressé une liste complète des applications, logiciels et sites Web les plus performants et les plus demandés qui peuvent simplifier votre processus de travail. Cette collection comprend des outils de création vidéo, de montage vidéo et de sites Web de recherche proposant des séquences d'archives gratuites, telles que des photos, des vidéos et toujours de la musique libre de droits. De plus, j'ai inclus une liste d'applications et de sites Web qui peuvent vous aider en matière de marketing, d'analyse, de planification et d'autres fonctionnalités susceptibles de s'avérer bénéfiques pour votre travail. J'espère que vous le trouverez précieux !

séquences vidéo/photo :

Pexels Unsplash
Pixabay Videvo
Videezy Life of Vids
Coverr Splitshire
Clipstill Dareful
Vidsplay Mixkit
Mazwaï

Génération de vidéo IA :

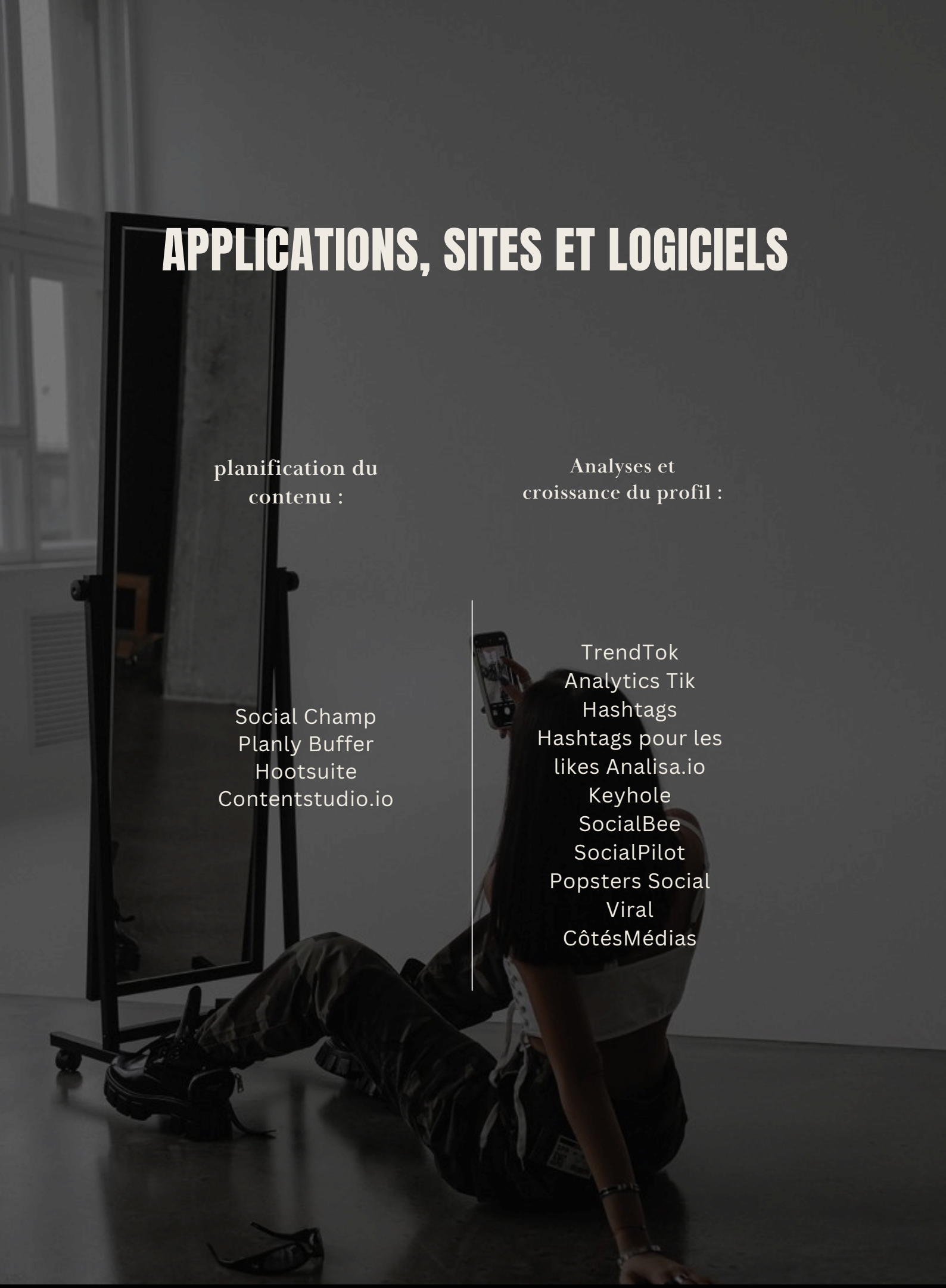
Pictory HeyGen
VEED.io DeepBrain AI
Synthesia.io Flexiclip
InVideo Lumen5
Speechify Pictory
Synthesys Elai.io
Colossyan FlexClip
Vidéo Vague

Logiciel de montage vidéo :

CapCut InShot Canva
Movavi BeeCut
Zoomerang Funimate
Lomotif Magisto
Vizmato Timbre
Videoshop
VidéoAfficher

MUSIQUE LIBRE DE DROIT :

NoCopyrightSounds sur Youtube Neffex sur Youtube Musique libre de droits - Musique sans droits d'auteur @RFM_NCM sur Youtube (utilisez le lien dans leur description pour télécharger le mp3 ou utilisez un site comme y2mate.com) Alexproductionsmusic sur Soundcloud Musique gratuite pour Vlogs - sur Soundcloud (vous avez pour créditer l'auteur) Pixabay Free-stock-music.com
Bensound (il faut créditer l'auteur)



APPLICATIONS, SITES ET LOGICIELS

planification du contenu :

Social Champ
Planly Buffer
Hootsuite
Contentstudio.io

Analyses et croissance du profil :

TrendTok
Analytics Tik
Hashtags
Hashtags pour les likes Analisa.io
Keyhole
SocialBee
SocialPilot
Popsters Social
Viral
CôtésMédias

de A à Z

LE GUIDE CANVA



Canva

Contenu

BIENVENUE. 3

SE LANCER 4

LES BASES 8

LES BARRES D'OUTILS 16

CONSEILS 34

GRATUIT VS PRO 42



Bienvenue

Peu importe le domaine d'activité, le marketing est la force motrice derrière la transmission de tous les messages.

Canva est PARTOUT de nos jours et avoir même des compétences de base en Canva devient une compétence incroyablement utile, commercialisable et essentielle !

Canva, est le site Web qui vous permet de concevoir facilement presque tout, des invitations de fête et des pages de journal, aux publications sur les réseaux sociaux, graphiques, dépliants, livres électroniques complets, cahiers de travail, création de cours en ligne et bien plus encore ! Maîtriser les bases de Canva signifie non seulement que vous pouvez modifier, éditer et adapter des modèles achetés à vos spécifications exactes, mais vous pouvez également vous lancer dans le développement de vos propres produits, documents et graphiques sur la plate-forme Canva. Canva regorge d'outils incroyables qui peuvent amplifier votre entreprise et peuvent être accablants si vous êtes nouveau dans le logiciel. C'est un guide étape par étape qui vous montrera des astuces et des astuces pour utiliser cet outil incroyable. Je sais que cela vous fournira tous les éléments essentiels qui vous permettront d'exceller dans cet outil incroyablement utile pour soutenir votre entreprise en ligne !




ON
COMMENCE

Créez un compte CANVA gratuit

Étape 1 :
Il est facile et GRATUIT de créer un compte Canva !

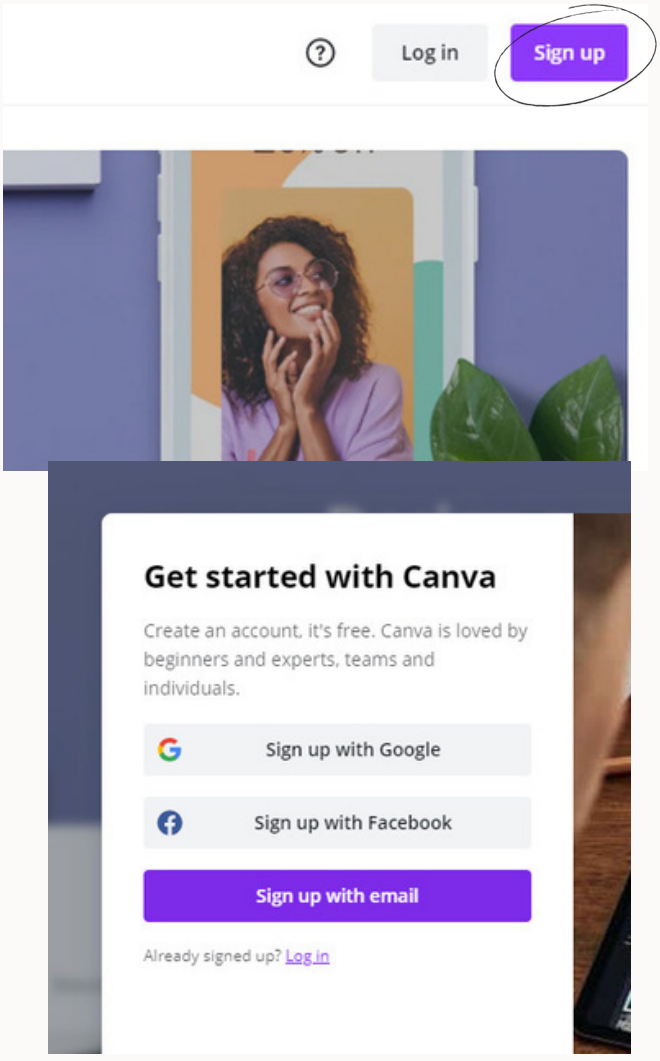
Il vous suffit de vous rendre sur www.canva.com et de cliquer sur le bouton "s'inscrire" dans le coin supérieur droit.

Choisissez votre méthode d'inscription et suivez la procédure simple.

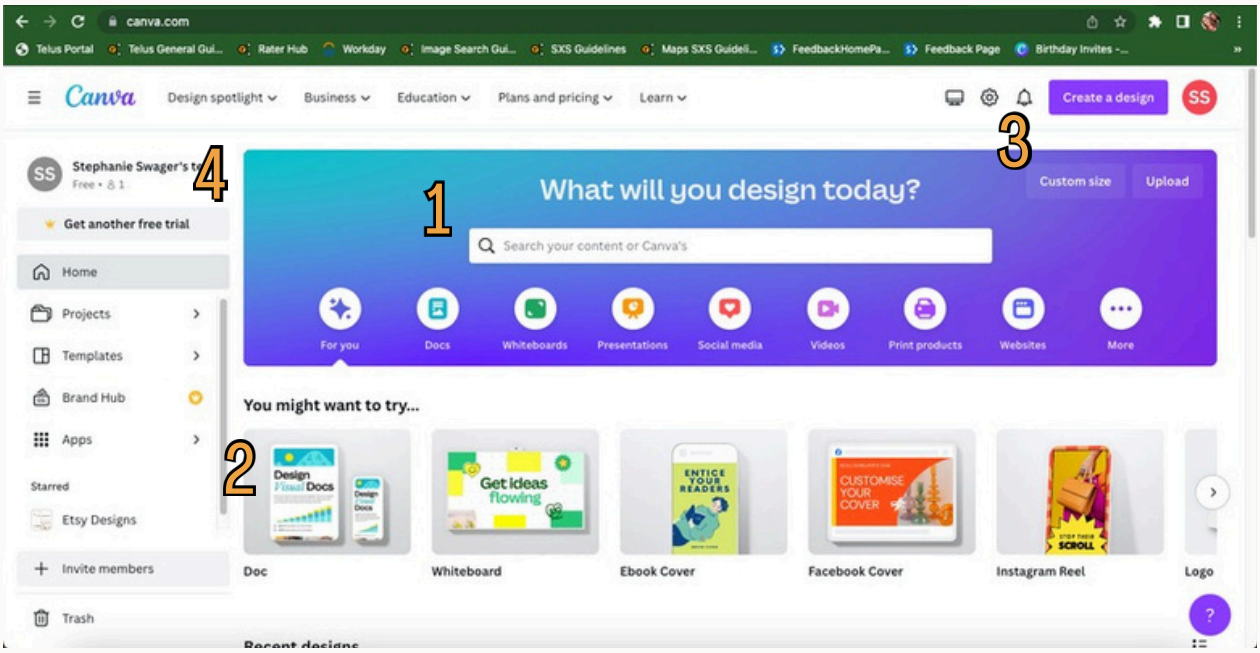
Vous pouvez faire beaucoup de choses avec un compte gratuit !

Pour en savoir plus sur la différence entre les comptes gratuits et les comptes pro, rendez-vous à la page 43 de ce guide.

Familiarisons-nous maintenant avec l'interface !



LA PAGE D'ACCUEIL



Une fois entré, vous serez accueilli par un espace composé de plusieurs choses :

1) La barre d'outils est le moyen le plus simple de rechercher différents modèles ! C'est également là que vous pouvez facilement rechercher des projets que vous avez déjà créés.

2. En dessous, vous verrez la zone du canevas. C'est là que se trouvent les catégories de modèles, faciles d'accès. Une fois que vous aurez commencé à créer vos propres projets, vous verrez également vos travaux les plus récents.

3) Le bouton "Taille personnalisée" vous permet de créer facilement un modèle correspondant exactement aux spécifications dont vous avez besoin. Qu'il s'agisse d'une simple lettre ou d'une grande affiche, il suffit d'entrer les dimensions et un document vierge sera créé, prêt à l'emploi ! Des formats prédéterminés sont également disponibles.

4. à gauche, vous verrez la barre latérale. Vous pouvez accéder à vos designs, à vos modèles, à votre compte pro si vous vous inscrivez, et à tous les "dossiers" que vous créez. Ces dossiers sont un excellent moyen de classer vos designs par catégorie. Si la barre latérale vous semble envahissante ou distrayante, cliquez simplement sur les trois lignes dans le coin supérieur gauche pour la minimiser !

CHARGER UN MODÈLE QUE VOUS AVEZ ACHETÉ

Assurez-vous d'être connecté à Canva.

Ouvrez le lien fourni lors de l'achat du modèle.

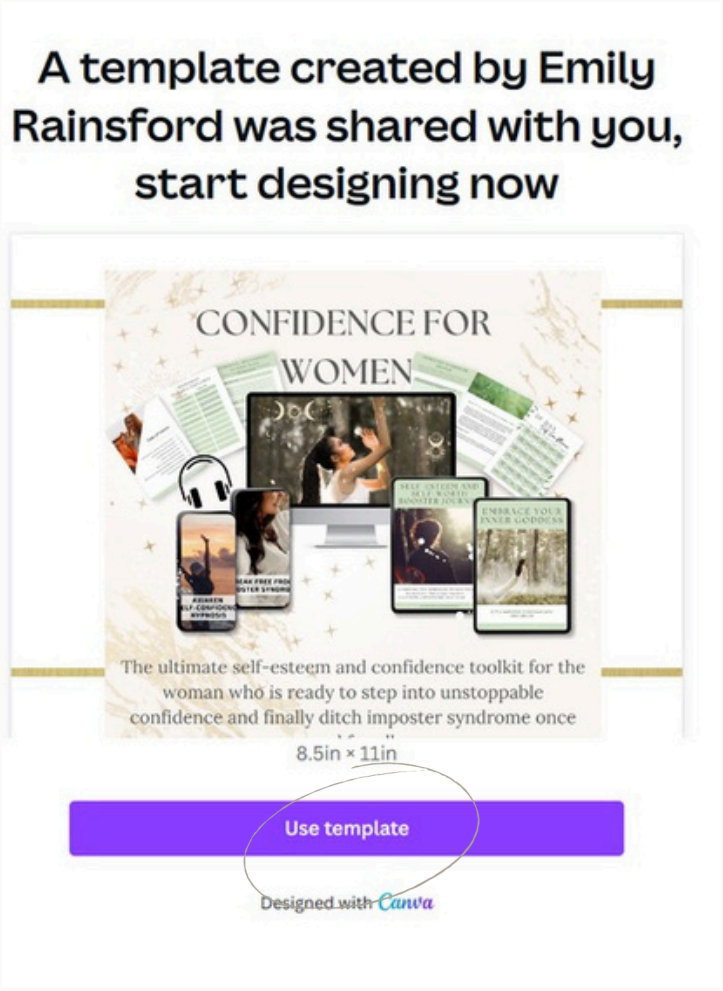
Un écran de prévisualisation du modèle s'affiche (comme sur l'image de droite).

Cliquez sur "utiliser le modèle".

Le modèle s'ouvre dans Canva, prêt à être modifié.

Vous pouvez faire une copie du modèle pour conserver l'original - une fois que votre modèle est ouvert, il vous suffit d'aller dans "Fichier" en haut à gauche et de choisir "Faire une copie" dans le menu.

Le modèle est maintenant à votre disposition pour faire ce que vous voulez ! Vous pouvez modifier les couleurs, les polices, ajouter ou supprimer du texte, des images, des pages et bien plus encore.



Note:

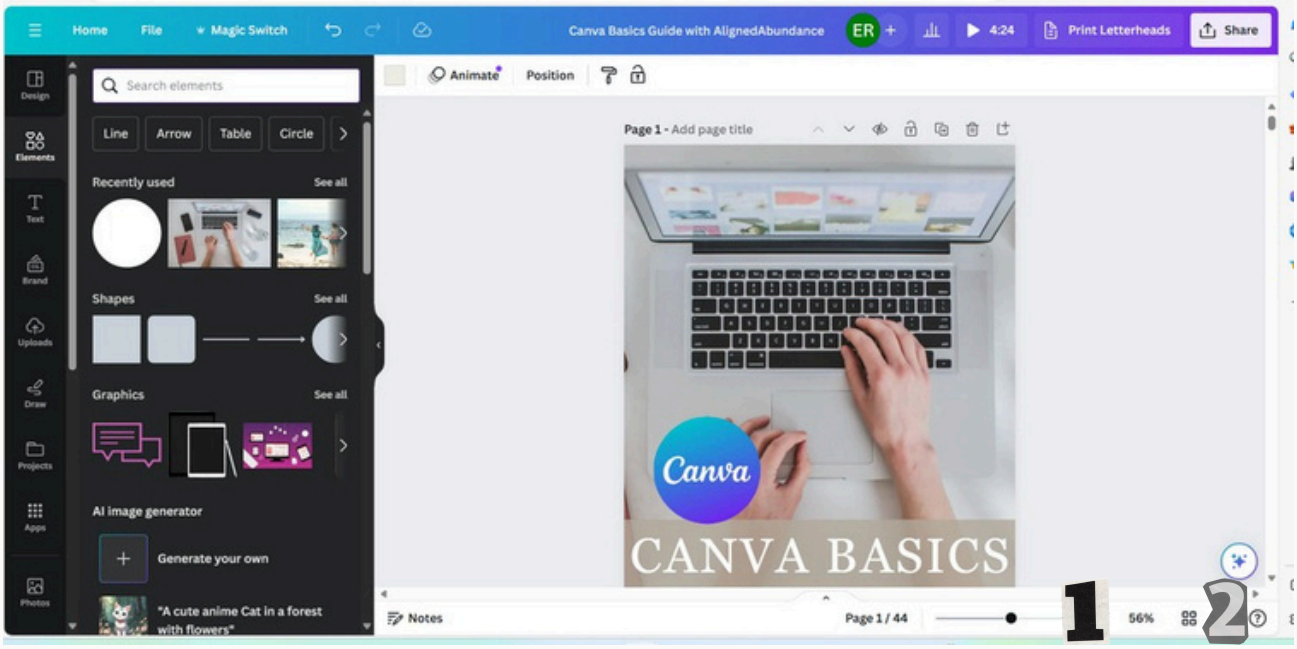
Lorsque vous voyez l'icône de la couronne comme ci-dessus, par exemple sur les polices, les éléments, les graphiques, etc., cela indique que quelque chose n'est disponible que pour les utilisateurs Pro.


Les
bases

LES BASES

L'ESPACE DE TRAVAIL DU PROJET

3

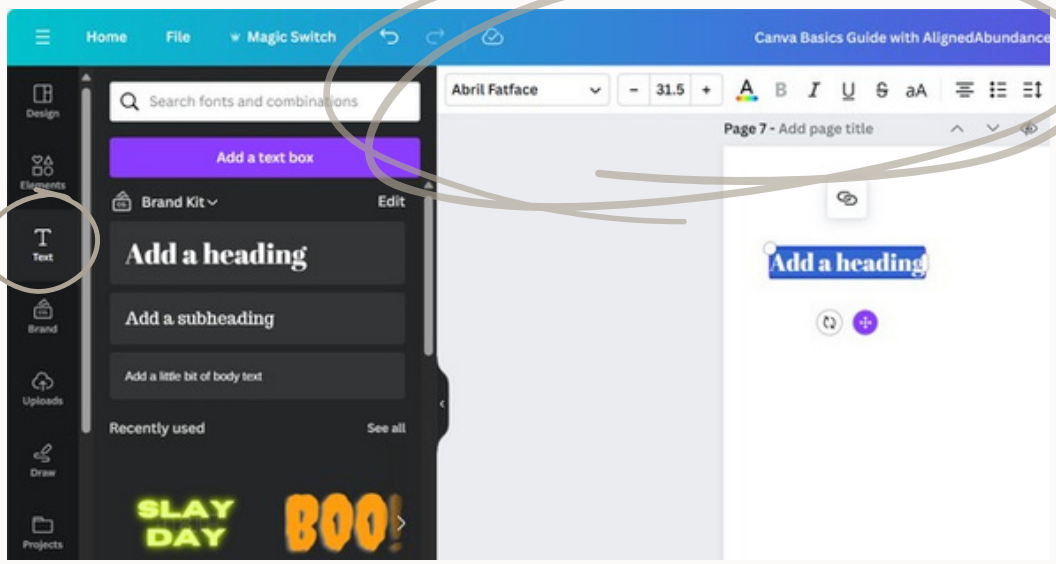


1. zoom - Ce curseur situé en bas à droite de l'écran vous permet d'effectuer des zooms avant et arrière. Cela vous permettra d'obtenir une vue rapprochée de votre conception ainsi qu'une page complète pour voir l'ensemble de votre conception. Un curseur situé juste au-dessus vous permet également de faire glisser la page de gauche à droite.
2. Affichage en grille - La petite flèche en bas au centre ou les quatre icônes carrées en bas à droite vous permettent de naviguer rapidement dans les dessins à plusieurs pages. Il vous suffit de cliquer sur l'icône, puis de sélectionner la page sur laquelle vous souhaitez travailler. Et si vous voulez voir votre dessin en plein écran, l'icône à double flèche à droite vous y conduira.
3.barre latérale - Cette barre latérale est probablement l'outil le plus essentiel de Canva. C'est là que vous ajoutez des éléments, du texte, des arrière-plans et même que vous téléchargez vos propres images. En cliquant sur l'icône de l'action que vous souhaitez effectuer, vous accéderez à la catégorie correspondante. Dans chaque section, vous pouvez facilement effectuer des recherches dans la bibliothèque de Canva ! Pour réduire la barre latérale afin de mieux voir votre création, cliquez simplement sur la petite flèche à droite. Cliquez ensuite sur la barre latérale pour la rouvrir.

Formation accélérée sur Canva

LES BASES

TRAVAILLER AVEC DU TEXTE



Il est facile d'ajouter du texte à une conception ! Le bouton de texte dans la barre latérale permet d'ajouter facilement une zone de texte, un titre, un sous-titre et un corps de texte. Il vous suffit de sélectionner une option de texte (ou une zone de texte) et de taper ! Une fois votre texte rédigé, utilisez la barre d'outils en haut de la page pour sélectionner une police, une taille et une couleur. Ajoutez plusieurs zones de texte pour différents styles de police afin de créer un look qui vous plaît. Le site propose également toute une série de modèles de texte préétablis !

L'ESSENTIEL DU TEXTE

Visby DemiBold	SÉLECTION DE POLICES DE CARACTÈRES
9.5	TAILLE DE LA POLICE
A	COULEUR DE LA POLICE
B I U	STYLE DE POLICE
aA	BASCULER LA CASSE DU TEXTE
	ALIGNEMENT DE LA FONTE
	RÉGLAGE DE LA LISTE (POINTS, CHIFFRES OU AUCUN)
	AJUSTER L'ESPACE ENTRE LES LETTRES ET LES LIGNES
Effects	EFFETS SPÉCIAUX COMME LE TEXTE COURBÉ ET LES OMBRES DU TEXTE

LES BASES

WORKING WITH TEXT



AJOUTER DU TEXTE

Pour commencer à ajouter du texte dans Canva, il suffit de cliquer sur l'onglet "Texte" dans la barre latérale. Ou appuyez simplement sur la touche "T".

SÉLECTION DE POLICES

Les polices de caractères sont porteuses de personnalité ; elles peuvent être formelles, décontractées, ludiques ou sévères. Canva propose une large gamme de polices dans le menu déroulant "Police" lorsque vous avez sélectionné votre texte. Si vous avez des polices de marque particulières, vous pouvez également les télécharger. Faites des essais jusqu'à ce que vous trouviez la police qui correspond à votre message.

ALIGNEMENT DU TEXTE

Vous n'êtes pas obligé de placer votre texte au centre de votre création. Utilisez les options d'alignement du texte pour déplacer votre texte vers la gauche, le centre ou la droite de sa zone de texte. Cet ajustement apparemment mineur peut faire une différence significative dans l'aspect et l'impression d'équilibre de votre conception finale.

EFFETS DE TEXTE (GRAS, ITALIQUE, SOULIGNÉ)

Les effets de texte sont comme l'étagère à épices de votre cuisine graphique. Il suffit d'un peu pour faire un bon bout de chemin. Le bouton
"Effets" vous permet de mettre votre texte en valeur de différentes manières, notamment en le mettant en gras, en italique et en le soulignant. Utilisez-les avec parcimonie pour mettre en évidence des points clés ou créer un contraste.

ESPACEMENT DES LIGNES ET DES LETTRES

Avez-vous déjà eu l'impression que votre texte était trop écrasé ou trop étiré ? C'est là que l'interligne et l'espacement des lettres s'avèrent utiles. Ajustez l'espace entre les lignes ou les lettres individuelles en sélectionnant votre texte et en utilisant l'option "Espacement". Cette option est idéale lorsque vous souhaitez que votre texte respire ou qu'il soit plus confortable.

LES BASES

COULEURS

Les couleurs sont plus que de simples éléments décoratifs ; elles donnent vie aux conceptions, donnent le ton et évoquent des émotions. Canva comprend le pouvoir de la couleur et met à la disposition des utilisateurs une vaste palette et des outils permettant de s'assurer que votre design dégage exactement l'ambiance que vous avez imaginée. Ce guide éclairera le processus de sélection et d'application des couleurs dans Canva, des choix de base aux combinaisons avancées.

NAVIGUER DANS LA PALETTE DE COULEURS DE CANVA :

- Pour commencer, cliquez sur n'importe quel élément de conception (texte, forme, arrière-plan, etc.). Une icône de cercle chromatique apparaît dans la barre d'outils.
- En cliquant sur cette icône, vous découvrirez la palette de couleurs par défaut de Canva. Vous y trouverez une myriade de nuances parfaites pour n'importe quelle conception.

CRÉER DES COULEURS PERSONNALISÉES :

- Vous souhaitez une teinte spécifique ? Pas de problème ! Cliquez sur le symbole "+" dans le menu des couleurs.
- Vous pouvez alors utiliser le sélecteur de couleurs pour sélectionner une teinte ou saisir un code hexadécimal si vous en avez un. Une fois choisie, votre couleur personnalisée est enregistrée dans la palette pour vos futures créations.

UTILISER DES HARMONIES DE COULEURS :

- -Canva suggère souvent des couleurs complémentaires basées sur celles que vous avez déjà choisies. Ces suggestions harmonieuses peuvent contribuer à la création d'une conception visuellement attrayante.

APPLIQUER DES EFFETS DE DÉGRADÉ :

- Certains éléments de Canva prennent en charge les couleurs dégradées. Si c'est le cas, vous verrez l'option de dégradé à côté des couleurs unies. Sélectionnez-la, puis choisissez deux couleurs pour créer un effet de dégradé.

LE CERCLE CHROMATIQUE ET LES COMBINAISONS :

- Pour ceux qui recherchent une coordination avancée des couleurs, accédez à l'onglet "Couleurs" dans le panneau de gauche. Vous y trouverez l'outil "roue des couleurs", qui vous aidera à sélectionner des combinaisons de couleurs analogues, complémentaires ou triadiques pour une conception harmonieuse.

APPLIQUER DES COULEURS À PLUSIEURS ÉLÉMENTS :

- Si vous souhaitez appliquer une couleur à plusieurs éléments simultanément, il vous suffit de sélectionner tous les éléments souhaités (en maintenant la touche Majuscule enfoncée), puis de choisir une couleur dans la palette.

UTILISER LES COULEURS DE LA MARQUE :

- Pour ceux qui possèdent un compte Canva Pro, vous pouvez définir des couleurs de marque spécifiques qui resteront cohérentes dans toutes vos créations. Cette fonction est extrêmement utile pour les entreprises ou les marques individuelles qui souhaitent conserver une identité visuelle cohérente.

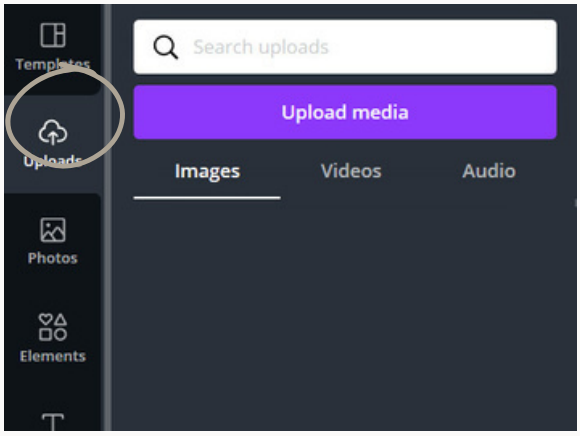
LES BASES

TRAVAILLER AVEC DES PHOTOS

Chargement de vos propres données

Il est facile de télécharger vos propres images pour les utiliser dans votre conception Canva.

Il vous suffit de sélectionner "Téléchargements" dans la barre d'outils de gauche, de cliquer sur "Télécharger des médias" et vous pourrez parcourir votre ordinateur (ou votre téléphone !



Canva dispose également d'une application très fonctionnelle) et trouver vos images à télécharger. Les images que vous téléchargez resteront dans cette zone de téléchargement à laquelle vous pourrez accéder à tout moment, dans n'importe quelle conception.

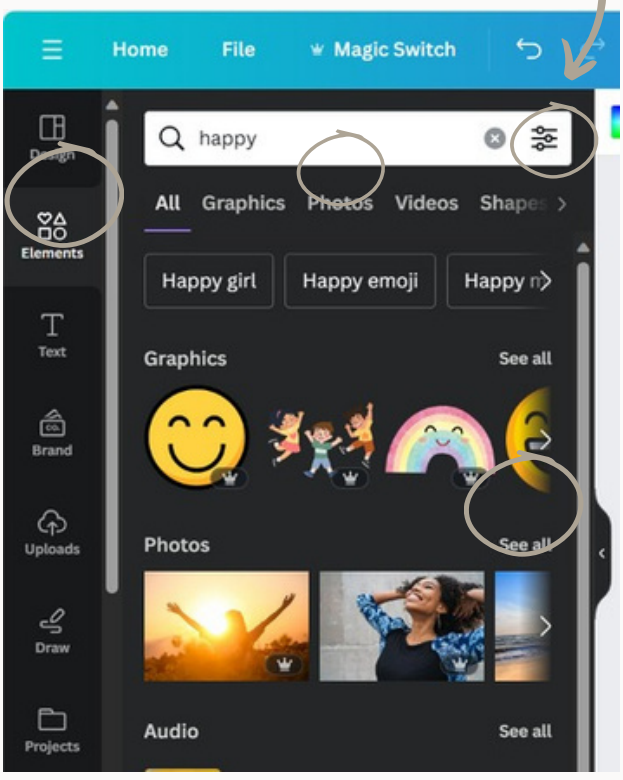
Utilisation d'images de stock

Si vous ne disposez pas de vos propres images, vous pouvez les sélectionner dans la vaste bibliothèque de photos de Canva. Il vous suffit de sélectionner l'onglet "Éléments" et de lancer une recherche sur le type de photo que vous souhaitez. Vous pouvez ensuite cliquer sur la zone des photos pour en voir d'autres.

Une fois que vous avez trouvé une photo qui vous plaît, il vous suffit de cliquer dessus pour l'ajouter à votre création ou de la faire glisser.

N'oubliez pas que tout ce que vous voyez avec l'icône de la couronne n'est disponible que pour les membres Pro. Vous pouvez filtrer pour ne voir que les résultats gratuits en utilisant le petit menu hamburger à droite de la barre de recherche.

Click here to filter results, for example to only show Free elements.

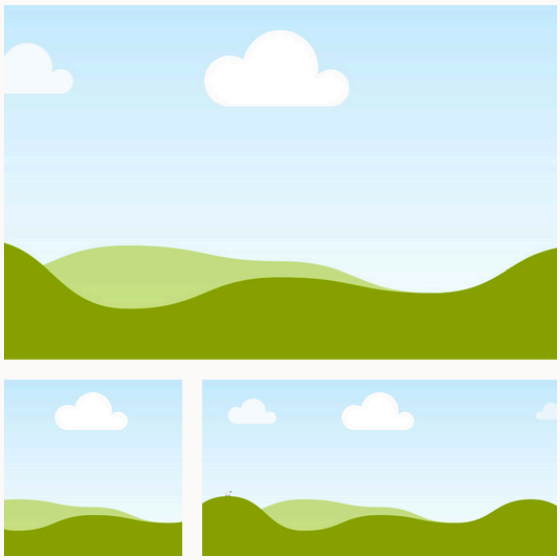


Formation accélérée sur Canva

LES BASES

CADRES + GRIDS

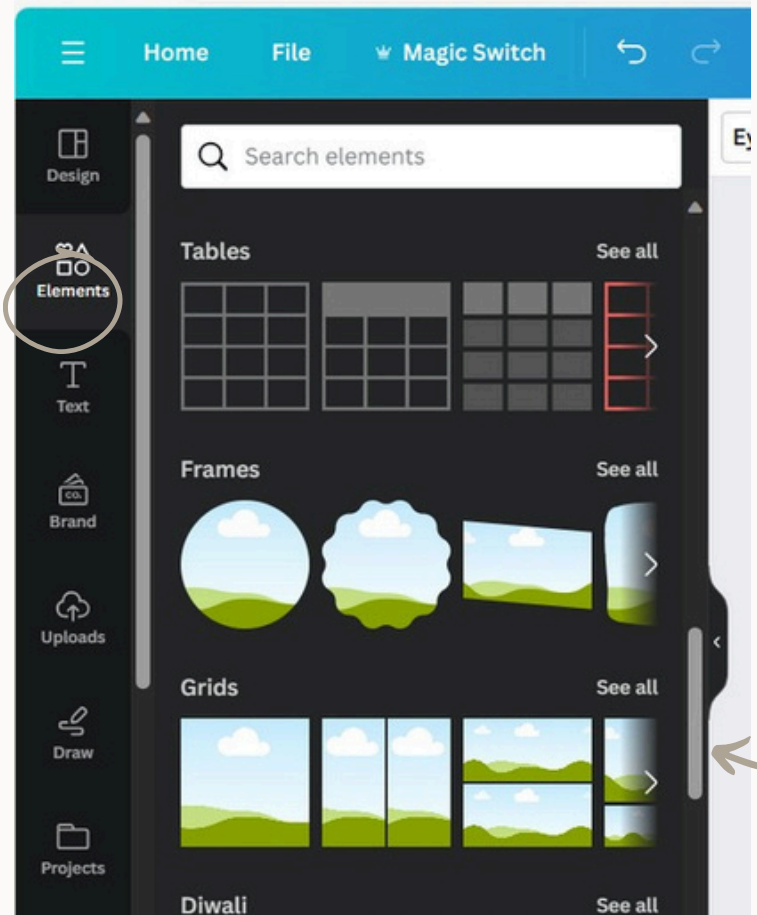
TRAVAIL AVEC DES PHOTOS





DE CECI

À CELA



Les cadres et les grilles vous permettent de placer des espaces réservés aux images dans votre document et de glisser-déposer facilement des images dans ces espaces.

L'image s'insère dans le cadre.

Vous pouvez facilement remplacer l'image en faisant glisser une autre image dans le cadre à partir des sections Téléchargements ou Éléments.

Il suffit de cliquer sur l'onglet Éléments et de faire défiler la page jusqu'à ce que vous trouviez les sections Cadres ou Grilles.

TRAVAIL AVEC DES PHOTOS

Transparence

La transparence affecte l'opacité (le degré de transparence d'une chose) et peut être appliquée aux images, aux éléments, au texte et aux formes solides.

RÉGLAGE DE LA TRANSPARENCE

Cliquez sur l'élément que vous souhaitez déverrouiller. Un menu apparaît en haut à droite de l'écran. Cliquez sur la petite icône représentant un motif d'échecs.



Un curseur apparaît, faites-le glisser vers le haut ou vers le bas pour obtenir l'effet désiré.





TRANSPARENCY AT 100%



TRANSPARENCY AT 30%


Les
outils

LES OUTILS

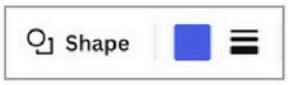
TYPES DE BARRES D'OUTILS

La barre d'outils supérieure de Canva comporte une multitude de fonctions qui changent en fonction de l'élément sur lequel vous avez cliqué dans votre création. Vous trouverez des exemples dans les graphiques ci-dessous. Sur les pages suivantes, vous verrez ce que chaque élément de ces barres d'outils peut faire.

BARRE D'OUTILS TEXTE



BARRE D'OUTILS DE FORME



ÉLÉMENT / BARRE GRAPHIQUE



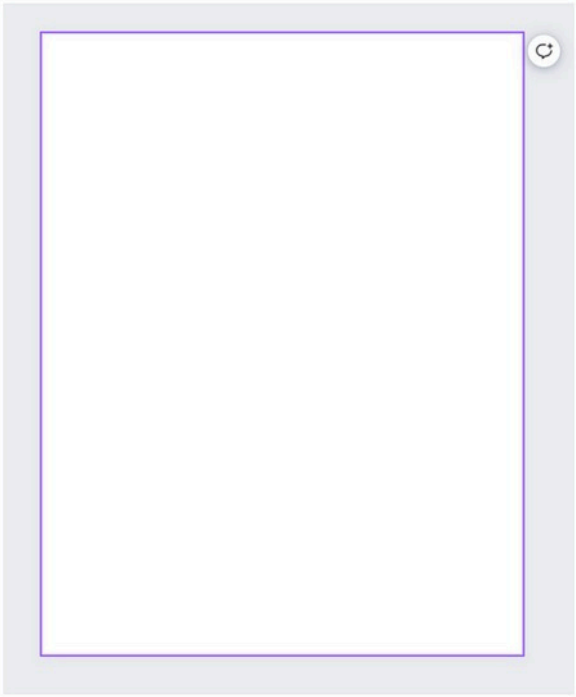
BARRE D'OUTILS PHOTO





BARRE D'OUTILS DE LA PAGE

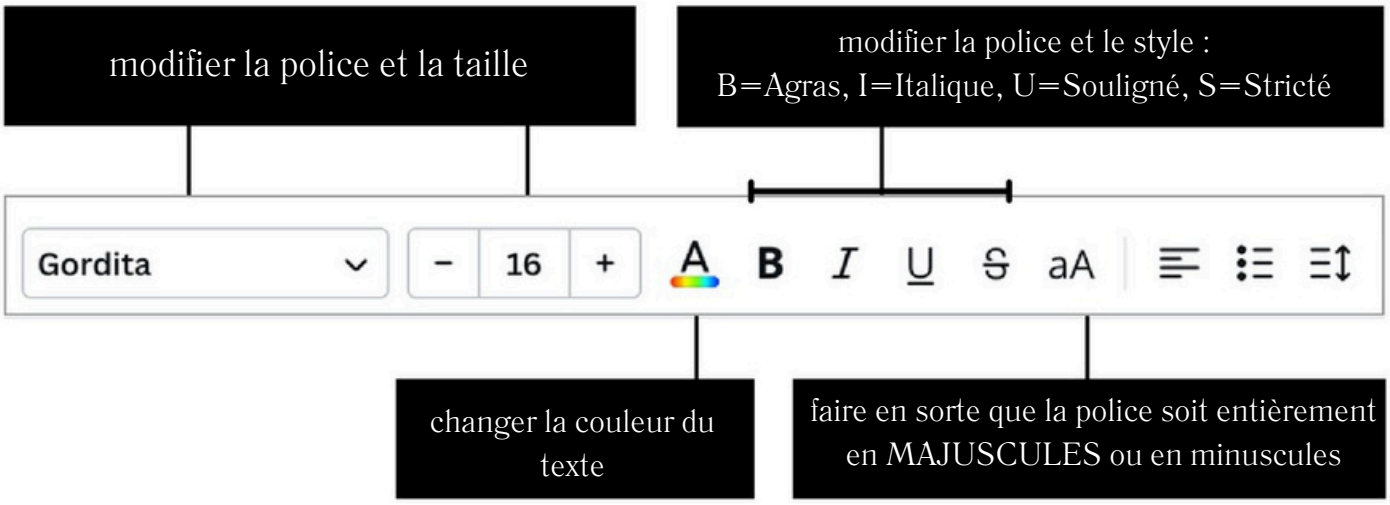


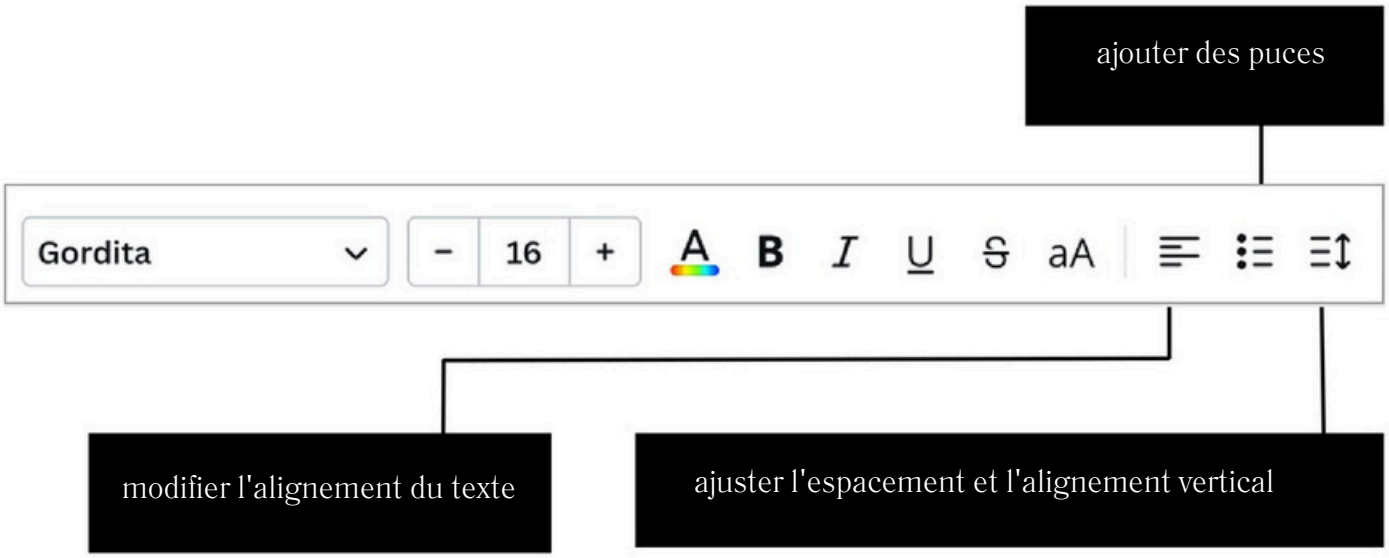


LES OUTILS

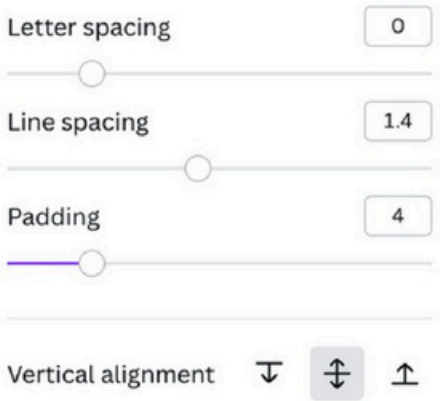
BARRE D'OUTILS TEXTE

Si vous cliquez sur une zone de texte, les légendes ci-dessous expliquent la fonction de chaque élément de la barre d'outils.









LES OUTILS

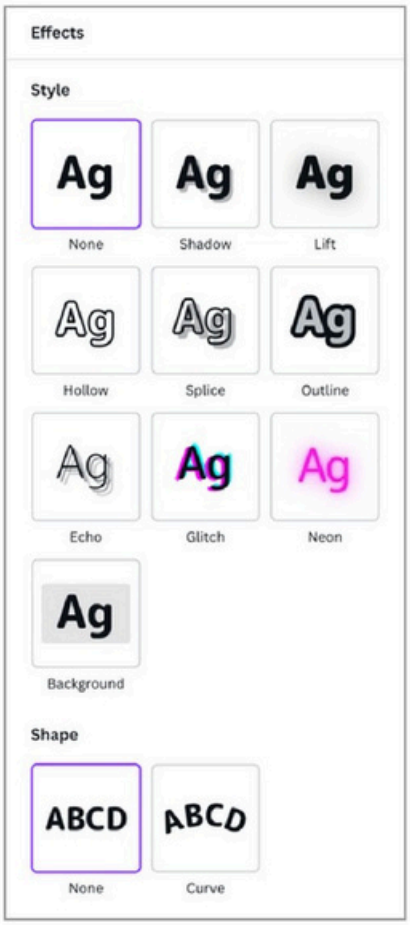
Si vous cliquez sur une zone de texte, les légendes ci-dessous expliquent la fonction de chaque élément de la barre d'outils.



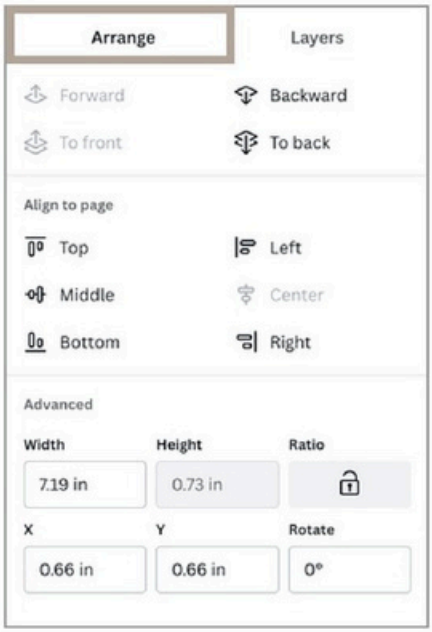
changer les effets dans le texte s'amuser avec celui-ci !!!

animations prédéfinies pour le texte (liste partielle affichée)

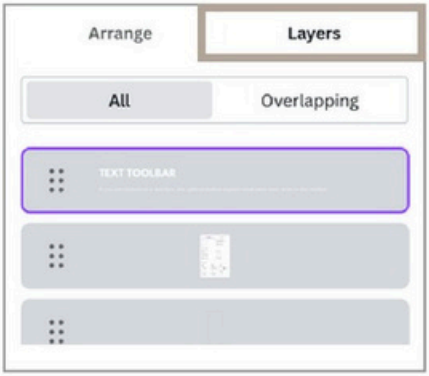
arranger le texte ou l'aligner sur la page





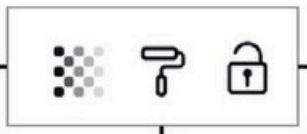


cliquer sur les calques et les déplacer vers le haut ou vers le bas en cliquant sur chaque barre et en la faisant glisser



LES EXTRAS

Ces éléments apparaissent sur la plupart des barres d'outils et fonctionnent de la même manière pour chacun d'entre eux.



modifier la transparence de n'importe quel élément

copier le style d'un élément et le coller à un autre

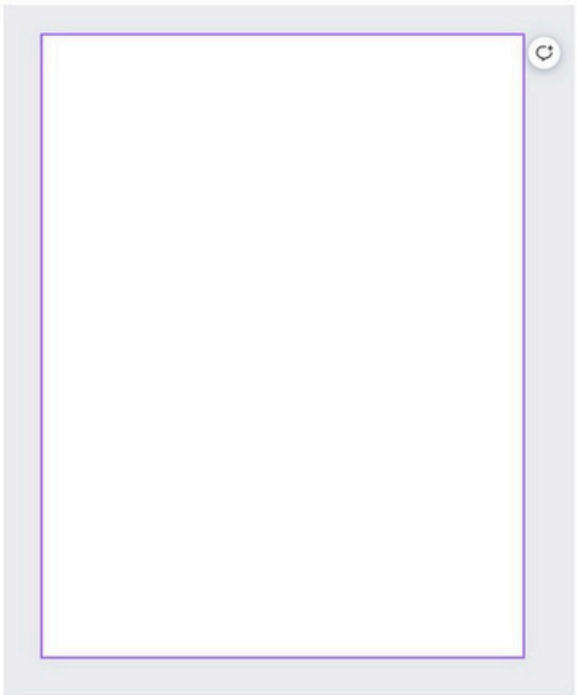
verrouiller l'élément





cliquer pour déverrouiller

PAGE TOOLBAR:





changer la couleur de l'arrière-plan de la page

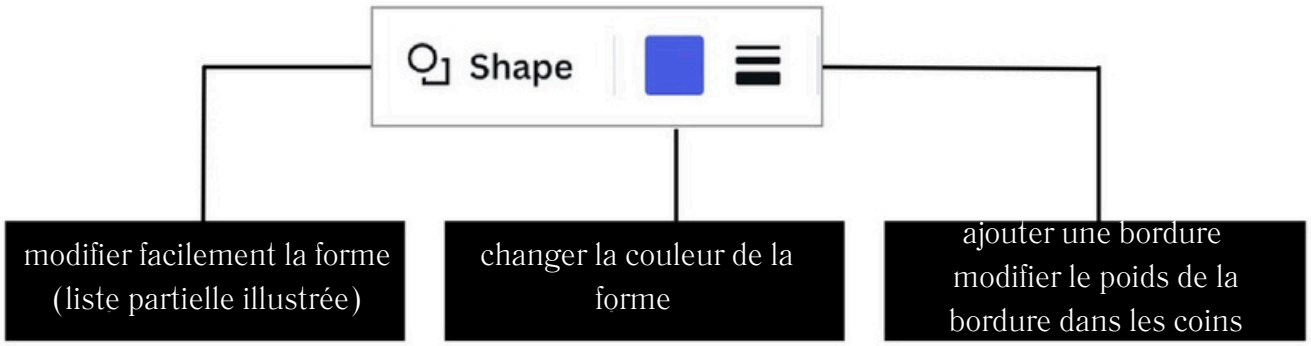


ajuster le timing d'une animation de page

LES EXTRAS

BARRE D'OUTILS DE FORME

Si vous cliquez sur une forme, les légendes ci-dessous expliquent la fonction de chaque élément de la barre d'outils.

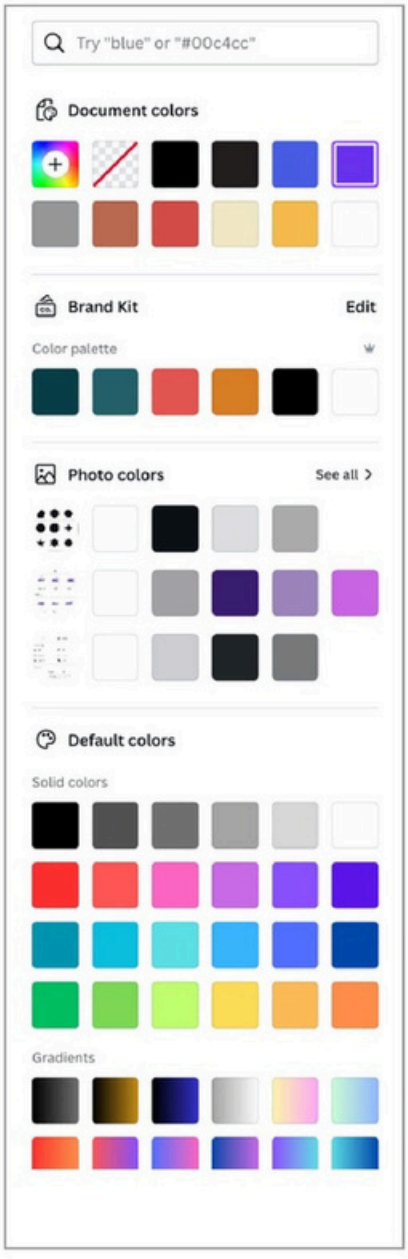


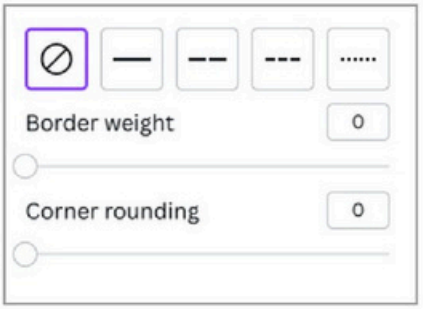
modifier facilement la forme (liste partielle illustrée)

changer la couleur de la forme

ajouter une bordure
modifier le poids de la bordure dans les coins







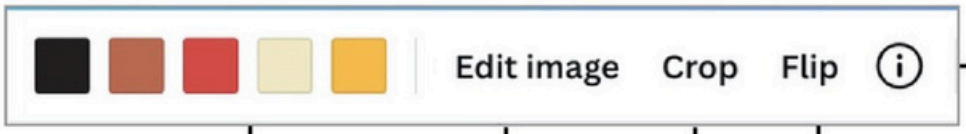


Si vous ajoutez une bordure, vous pouvez modifier la couleur.

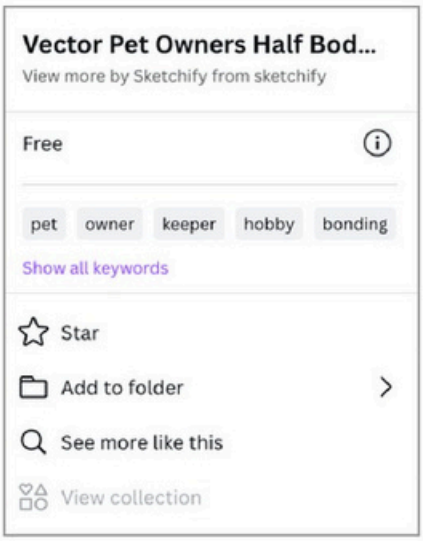
LES ELEMENTS

ÉLÉMENT/BARRE D'OUTILS GRAPHIQUE

Si vous sélectionnez un élément graphique, les légendes ci-dessous expliquent la fonction de chaque élément dans la barre d'outils.

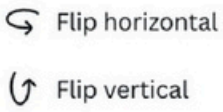


fournit des informations sur le graphique et vous permet d'en trouver d'autres !

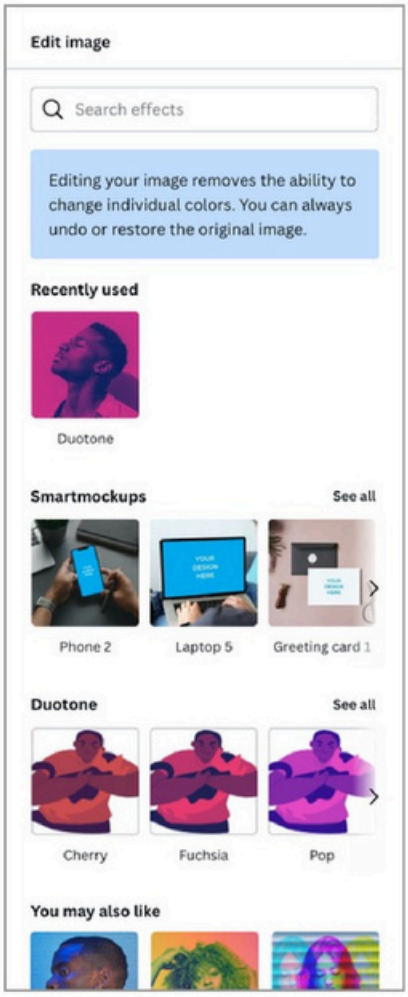


modifier les couleurs d'un graphique (note : n'apparaît pas toujours)

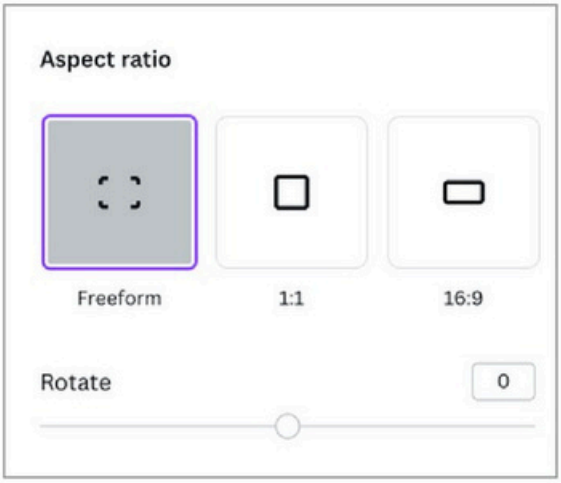
retourner !



ce menu est appelé à changer, mais il comporte de nombreuses options !



recadrer l'image avec différents paramètres



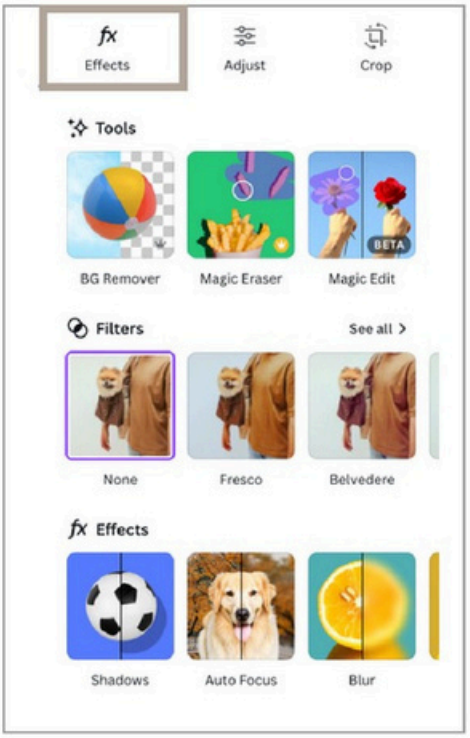
LES PHOTOS

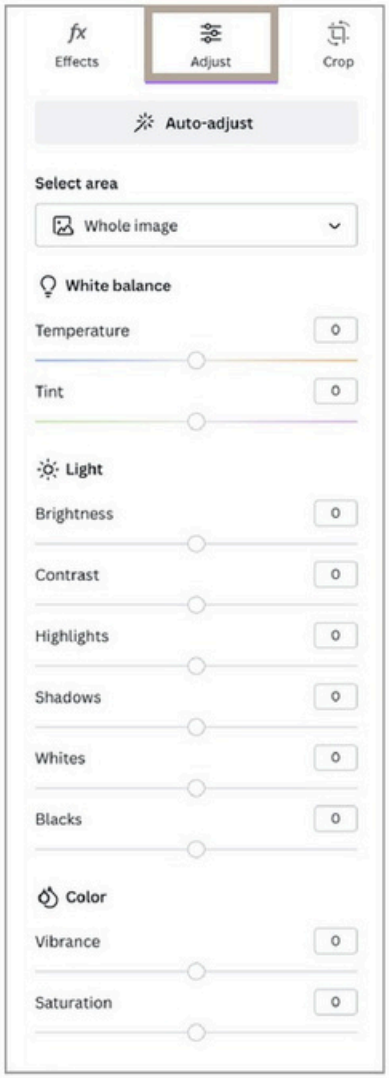
BARRE D'OUTILS PHOTO

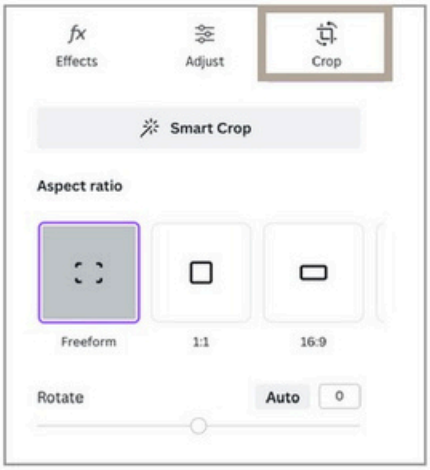
Si vous sélectionnez photo, les légendes ci-dessous expliquent la fonction de chaque élément de la barre d'outils.



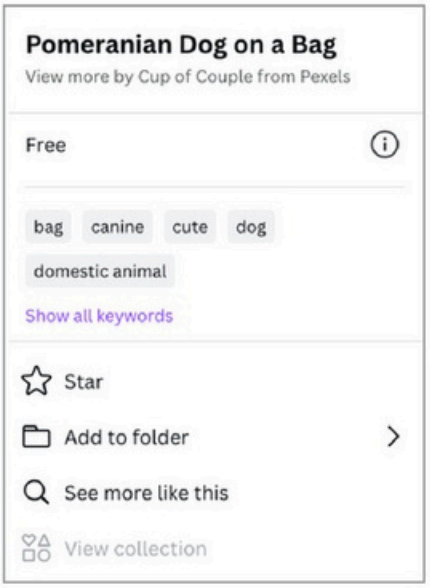
une TONNE d'options pour modifier la photo !
Effets : supprimer l'arrière-plan, ajouter un filtre, ajouter des effets / Ajuster : faire des ajustements / Recadrer : utiliser les outils de recadrage



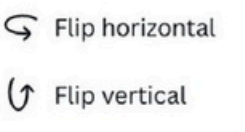




fournit des informations sur la photo et vous permet d'en trouver d'autres !

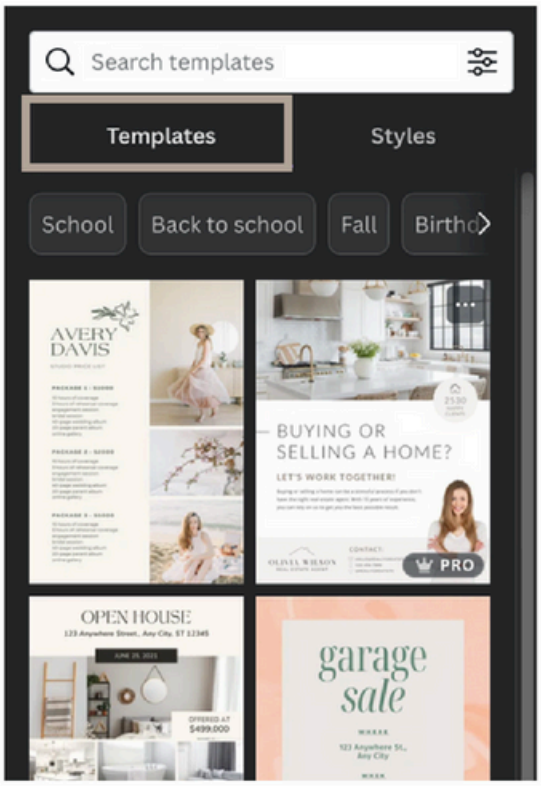


retourner !

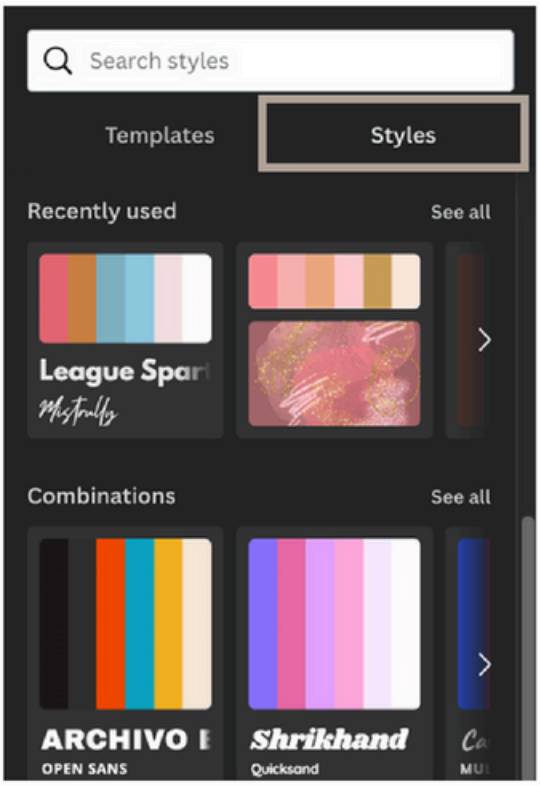


Barre sur le côté gauche

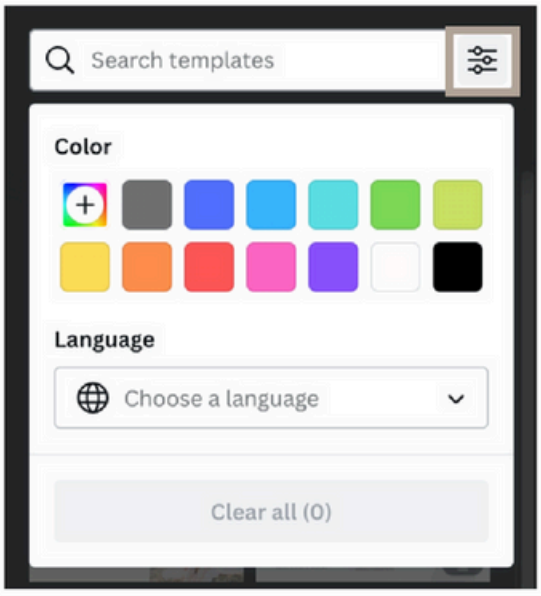




Recherchez des modèles Canva préfabriqués en fonction de votre type !

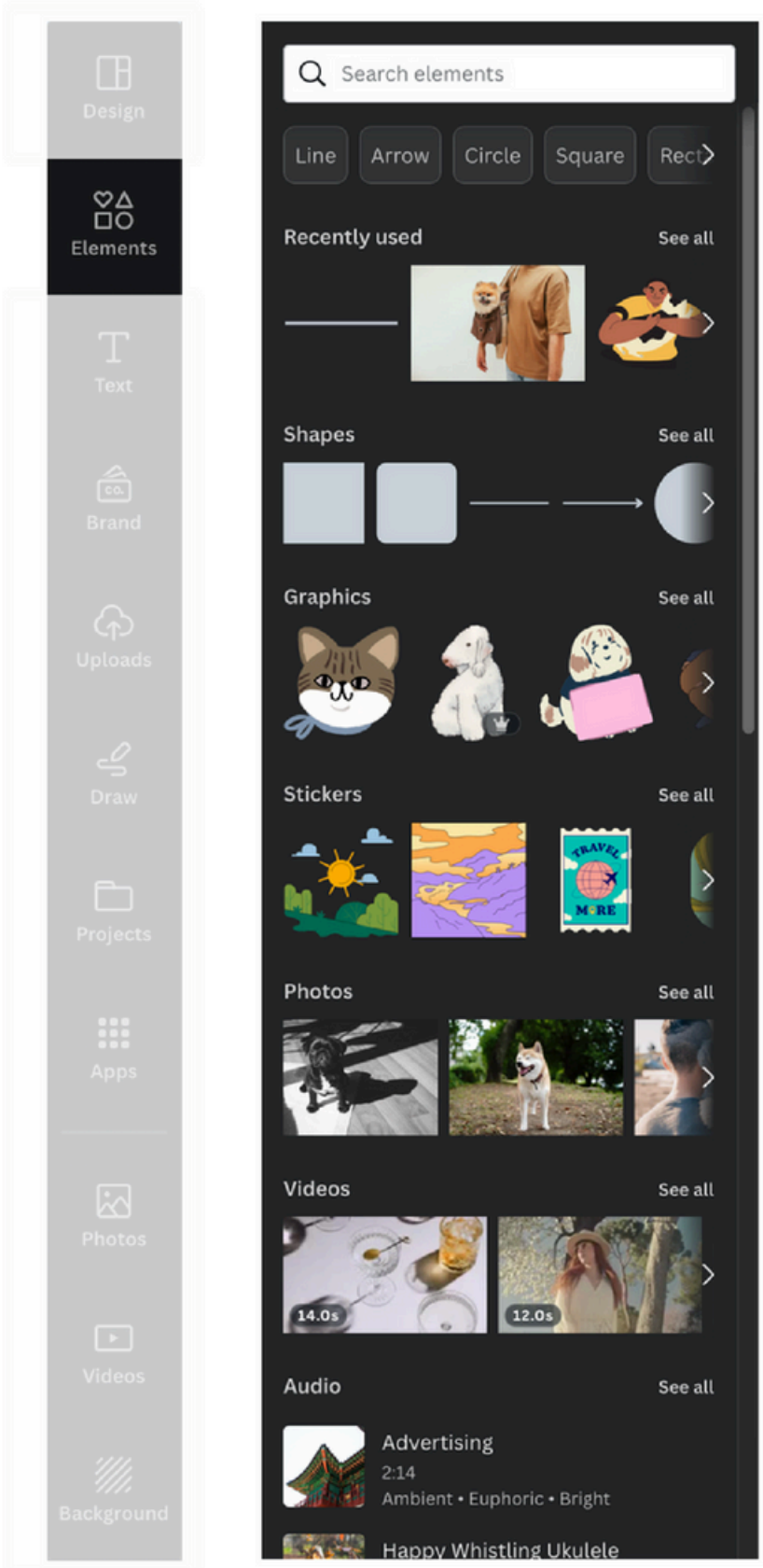


Cliquez sur Styles pour choisir une palette de couleurs, des jeux de polices, des images, etc.



Cliquez sur les barres de défilement pour rechercher des modèles par couleur
(ou ajoutez votre propre couleur).

Barre sur le côté gauche

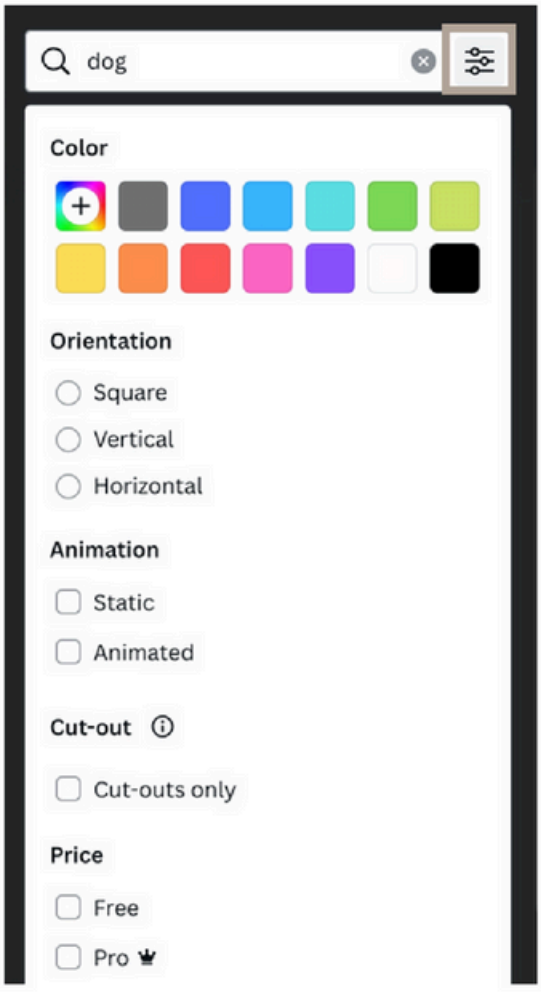


Il y a tellement de choix !

Recherchez un élément et choisissez-en un :

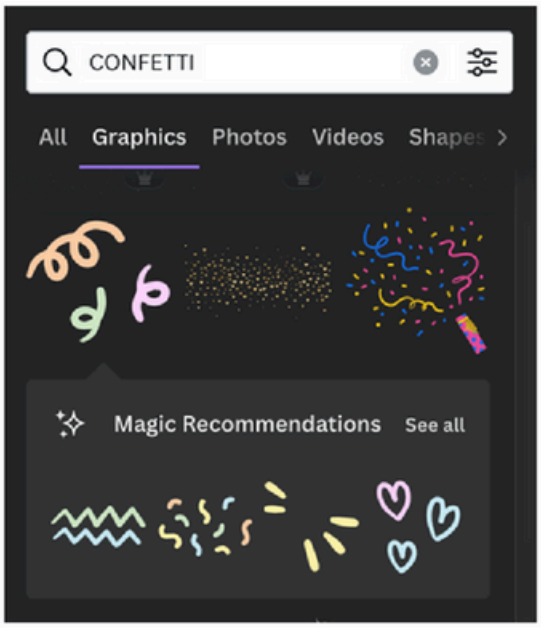
- Graphiques
- Photos
- Vidéos
- Audio
- Graphiques
- Tableaux
- Cadres
- Grilles
- Collections

cliquez pour filtrer

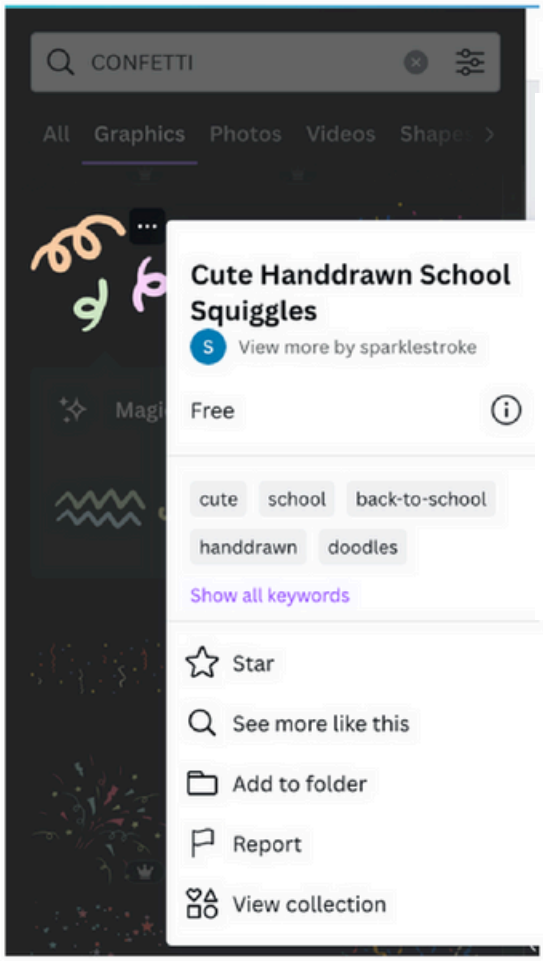


Barre sur le côté gauche





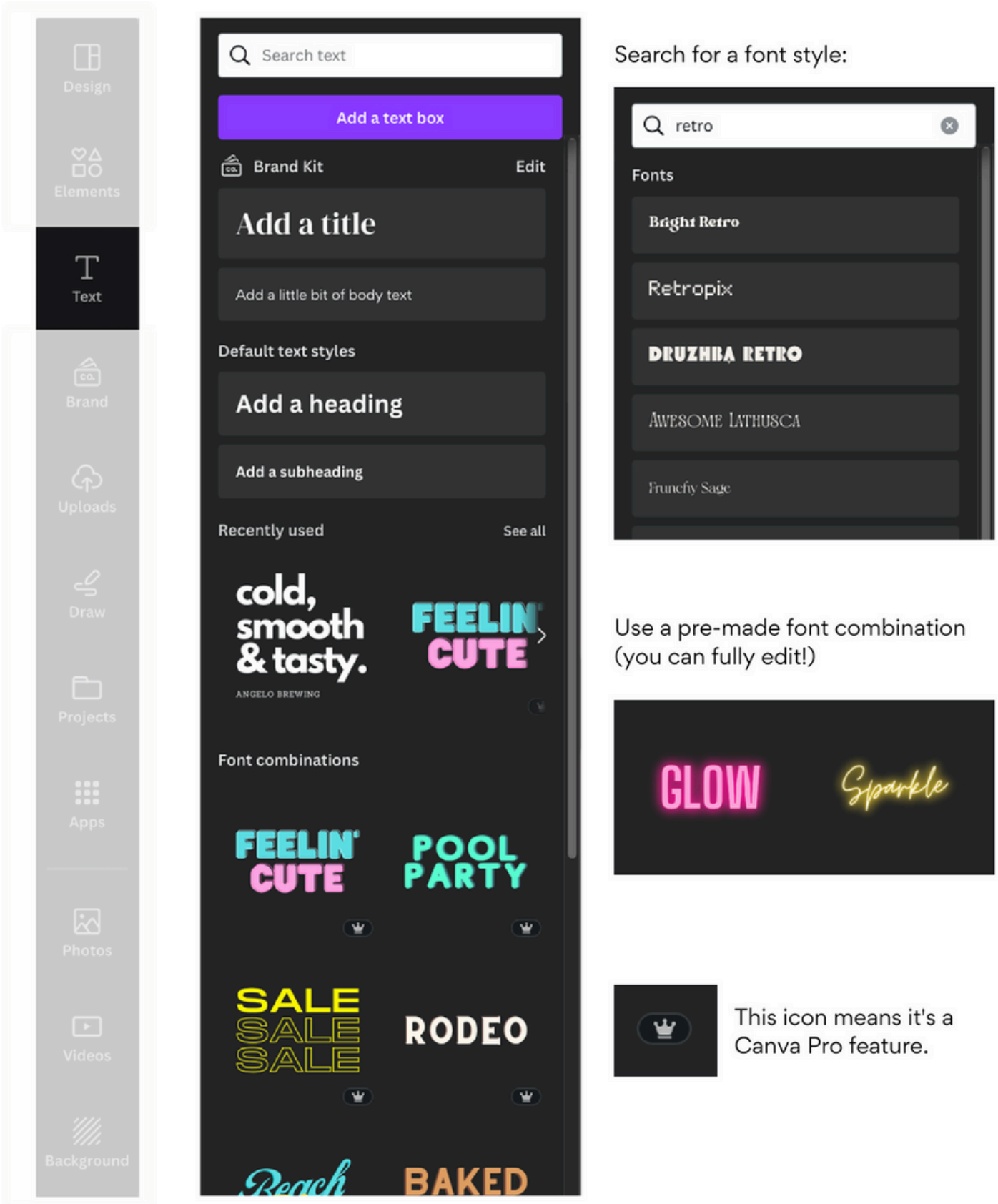
CONSEIL :
Si vous trouvez un élément qui vous plaît, consultez les "Recommandations magiques" pour en trouver d'autres dans un style similaire.



CONSEIL :
Cliquez sur les 3 points à côté d'un graphique et lorsque le menu contextuel apparaît, cliquez sur "Voir la collection" en bas et tous les graphiques créés par cet artiste apparaîtront sur la gauche.

C'est un excellent moyen d'utiliser des éléments similaires dans un même dessin !

Barre sur le côté gauche

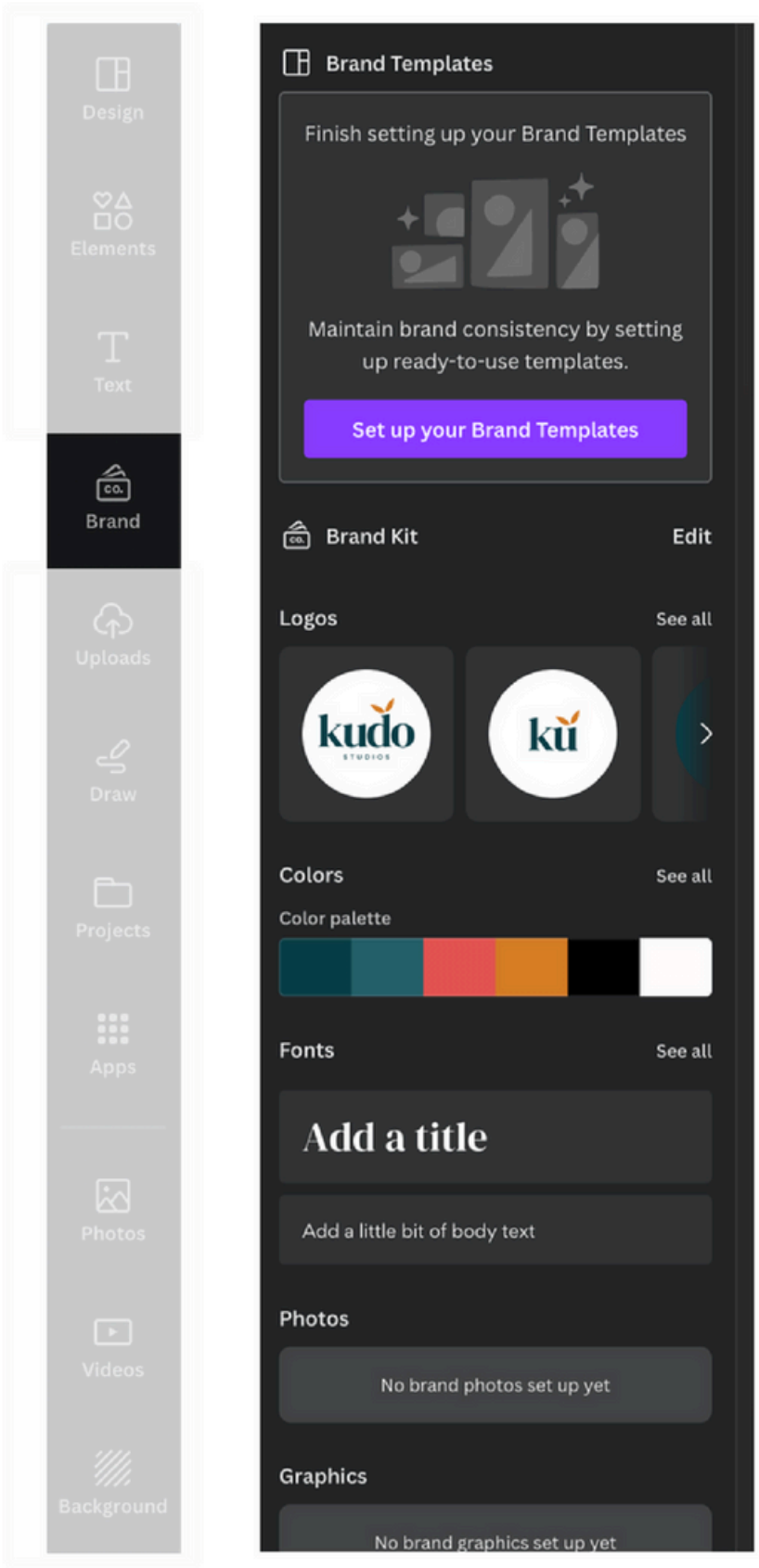


Search for a font style:

Use a pre-made font combination (you can fully edit!)

This icon means it's a Canva Pro feature.

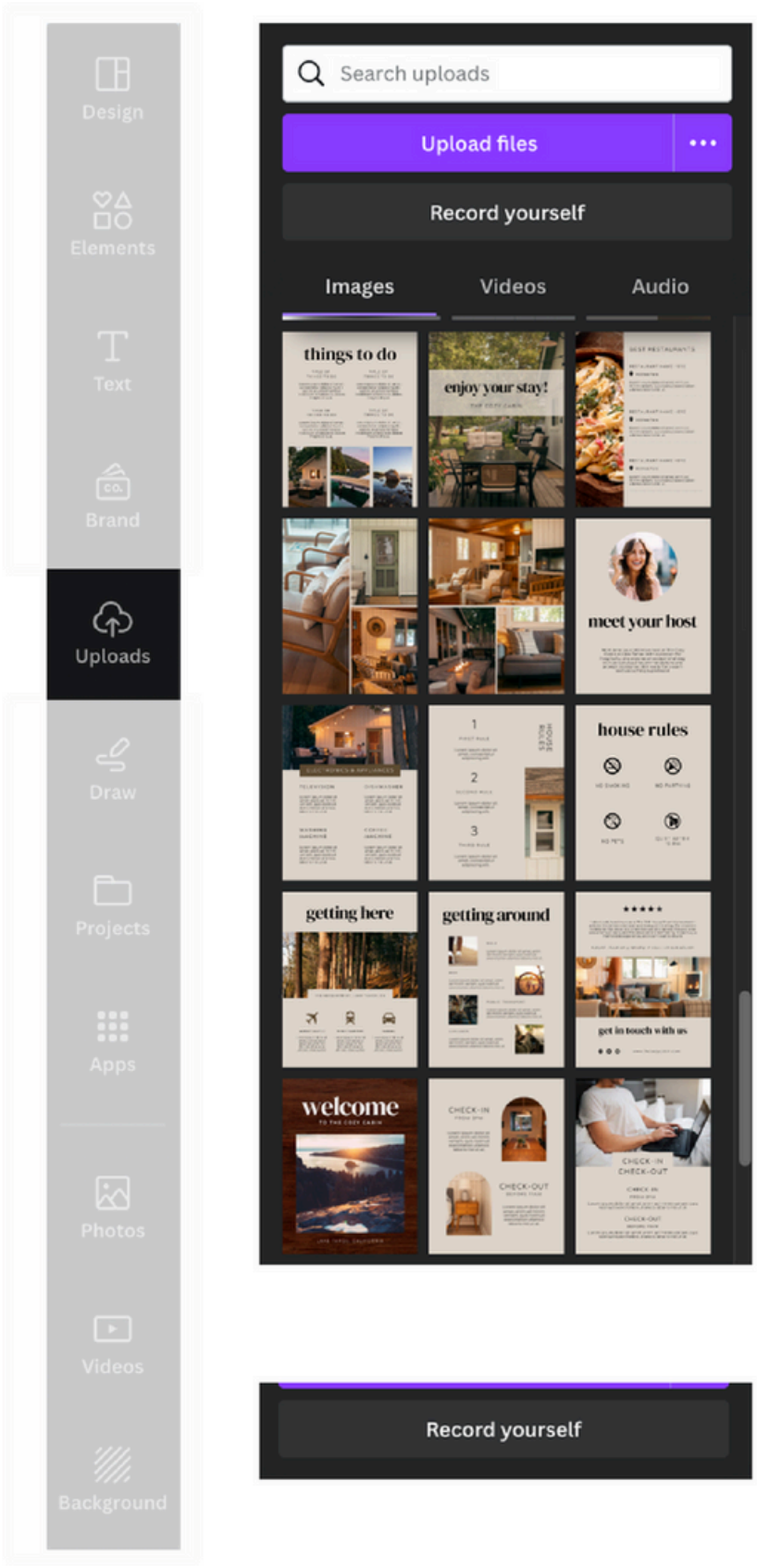
Barre sur le côté gauche



Ajoutez des articles de votre propre marque :

- Modèles
- Logos
- Couleurs
- Polices de caractères
- Photos
- Graphiques
- Icônes

Barre sur le côté gauche

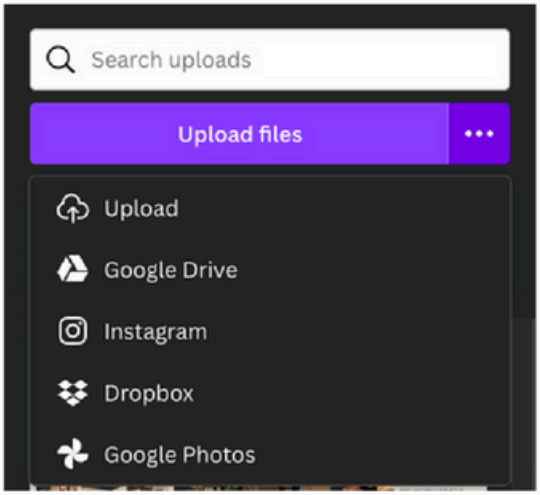


Tout ce que vous téléchargez ou placez sur la page apparaîtra ici.

- Images
- Vidéos
- Audio

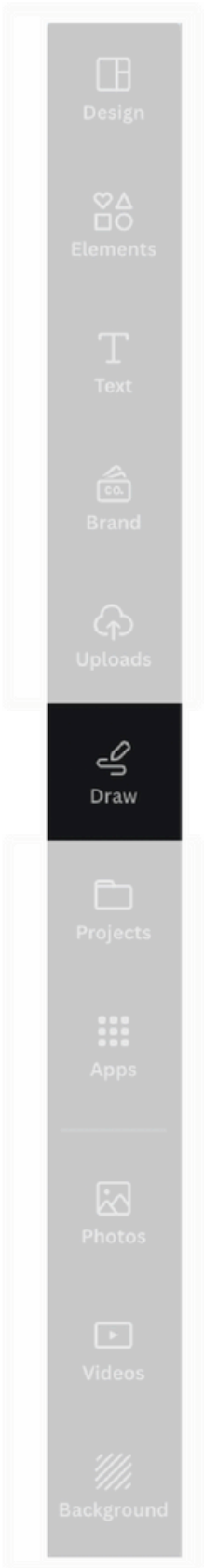
Cliquez sur "Télécharger des fichiers" pour télécharger à partir de :

- Computer
- Google Drive
- Instagram
- Dropbox
- Google Photos

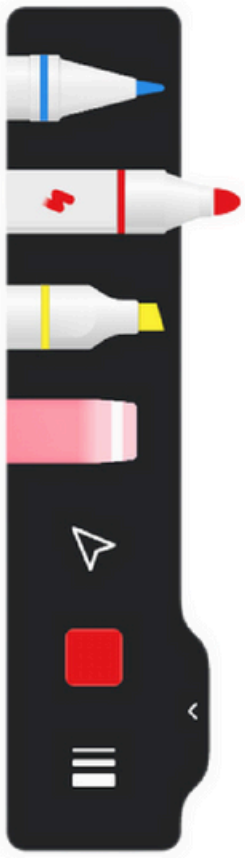


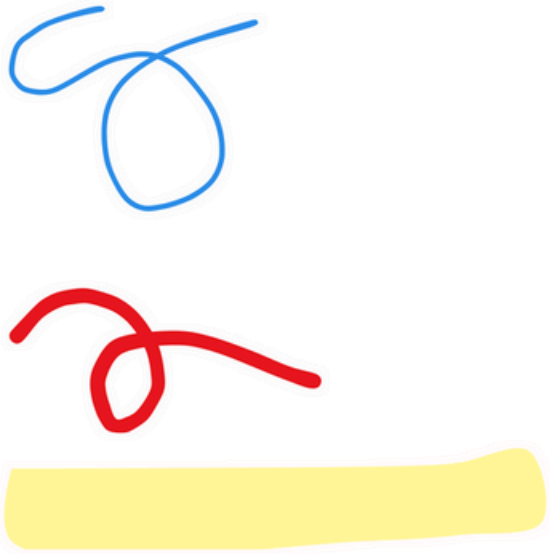
Cliquez pour vous enregistrer dans Canva !

Barre sur le côté gauche



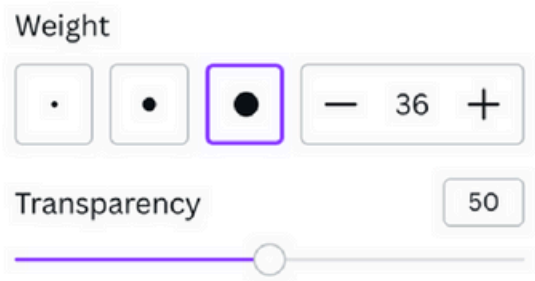
Cette barre d'outils apparaît



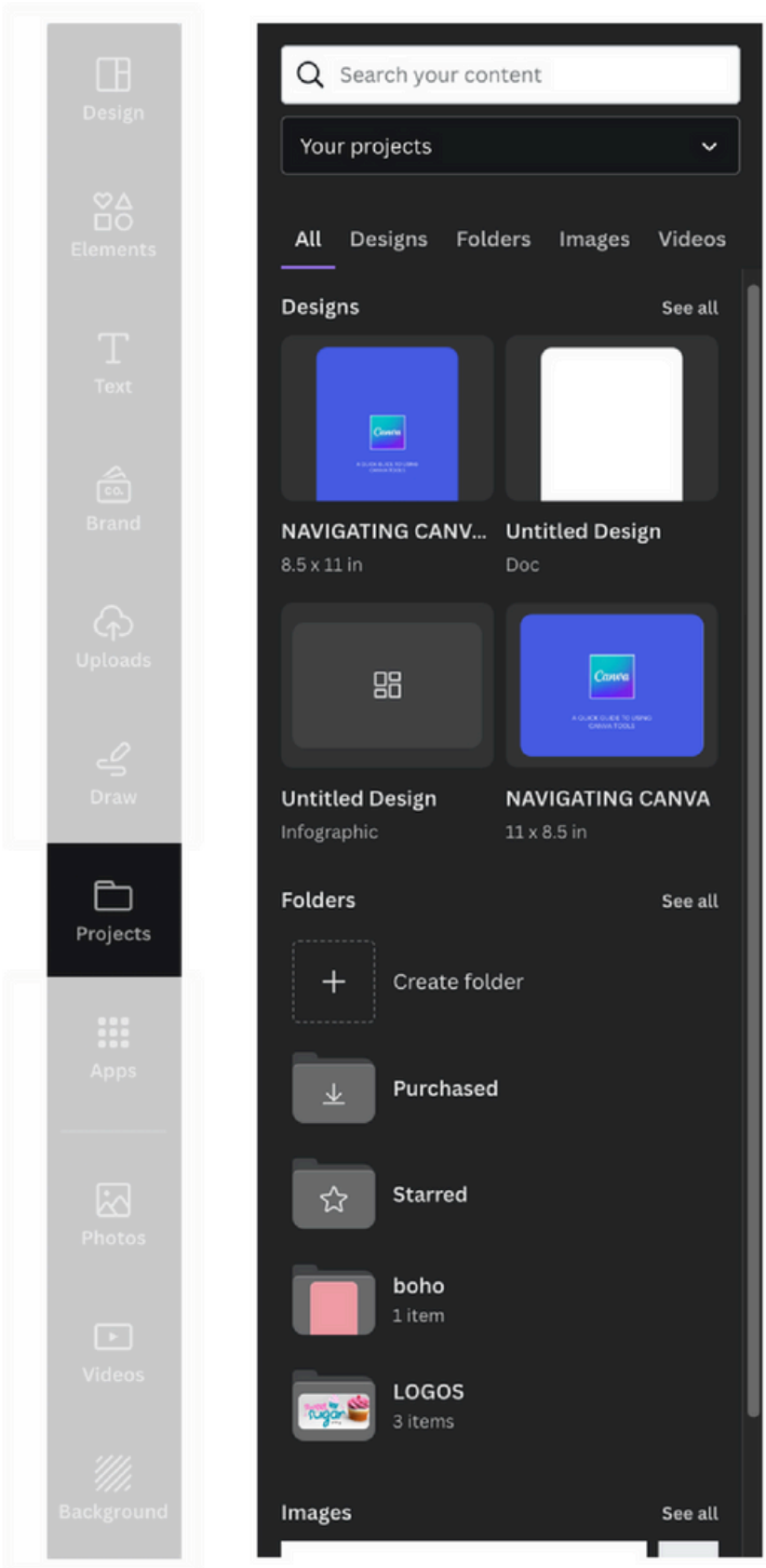


sélectionner un article

changer de couleur



Barre sur le côté gauche

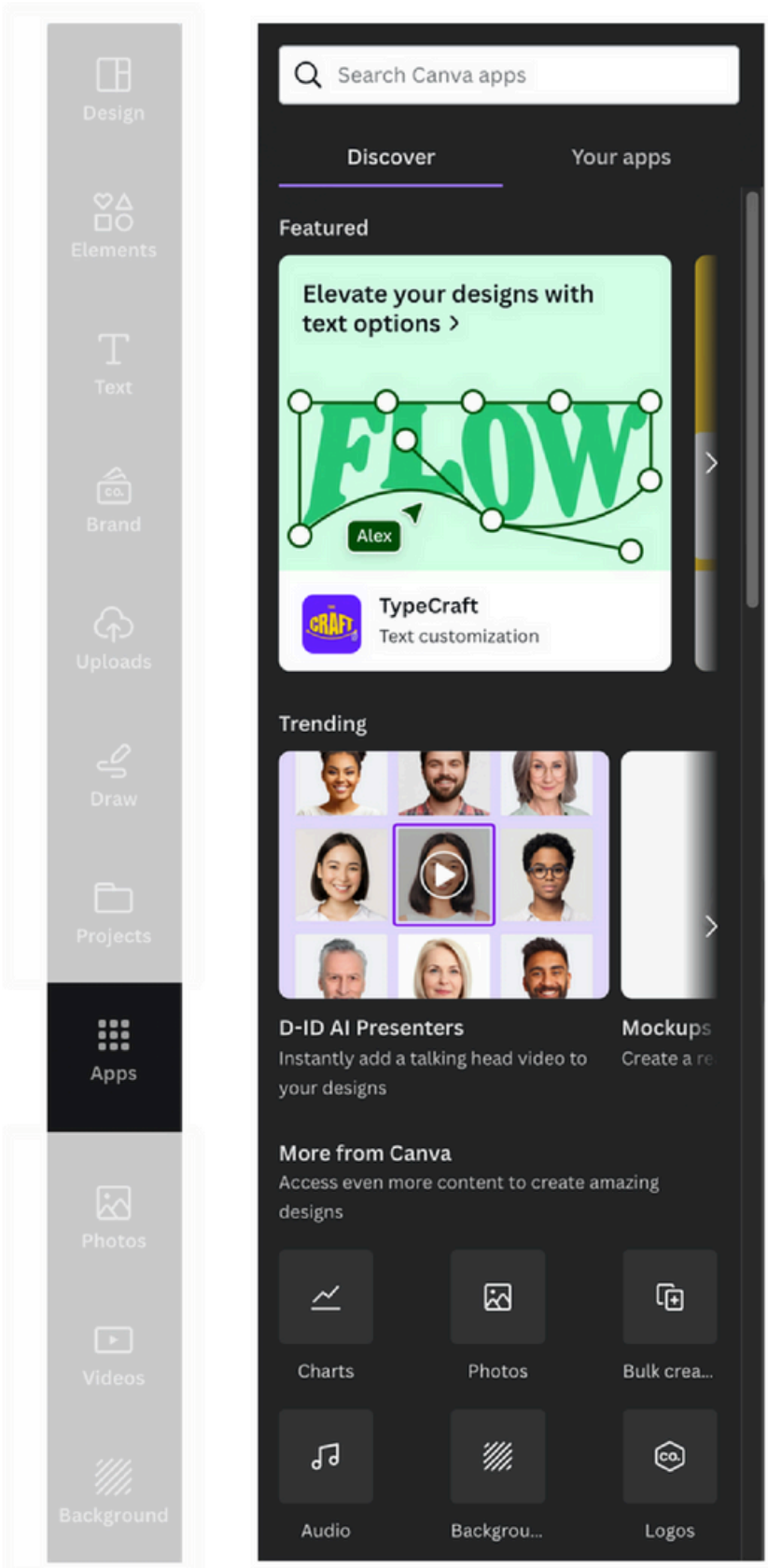


Tout ce que vous avez créé apparaît ici !

- Designs
- Folders
- Images
- Videos

Tout ce que vous avez créé apparaît ici !

Barre sur le côté gauche



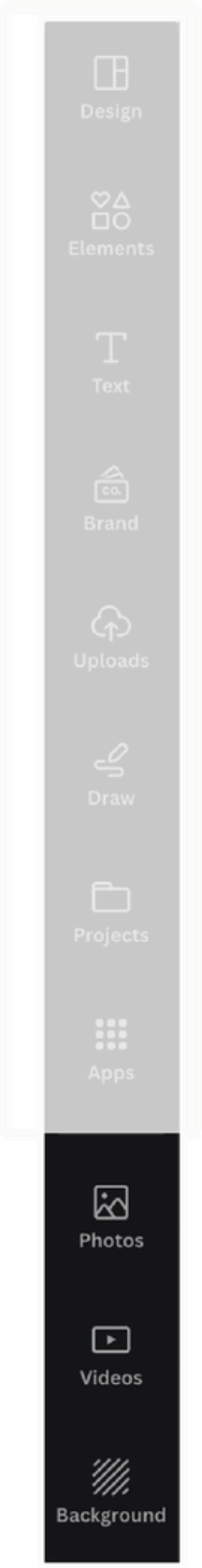
Il faudrait un autre EBOOK pour tout expliquer !

Naviguez parmi toutes les applications supplémentaires que vous pouvez utiliser dans Canva.

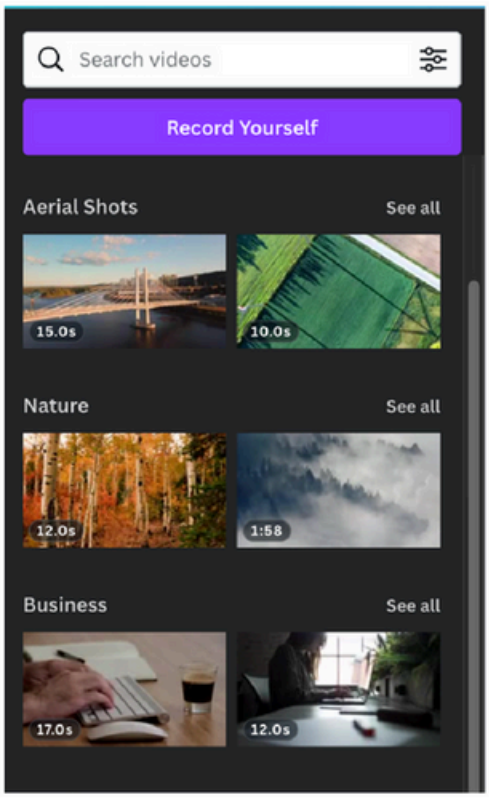
Cliquez sur le type d'application pour en voir davantage (par exemple, les graphiques).

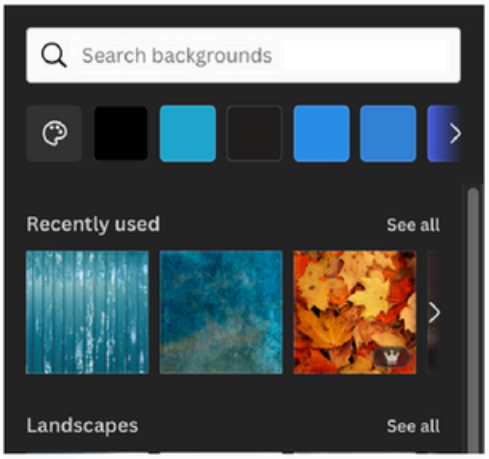
Une fois que vous avez ajouté une application, elle apparaîtra sous "Vos applications" en haut (et aussi en bas de la barre de l'éditeur).

Barre sur le côté gauche

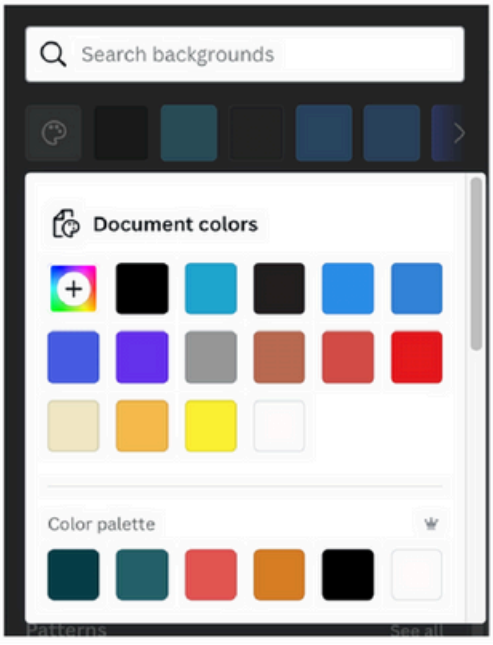








These three features are a quick way to navigate to photos, videos and backgrounds.

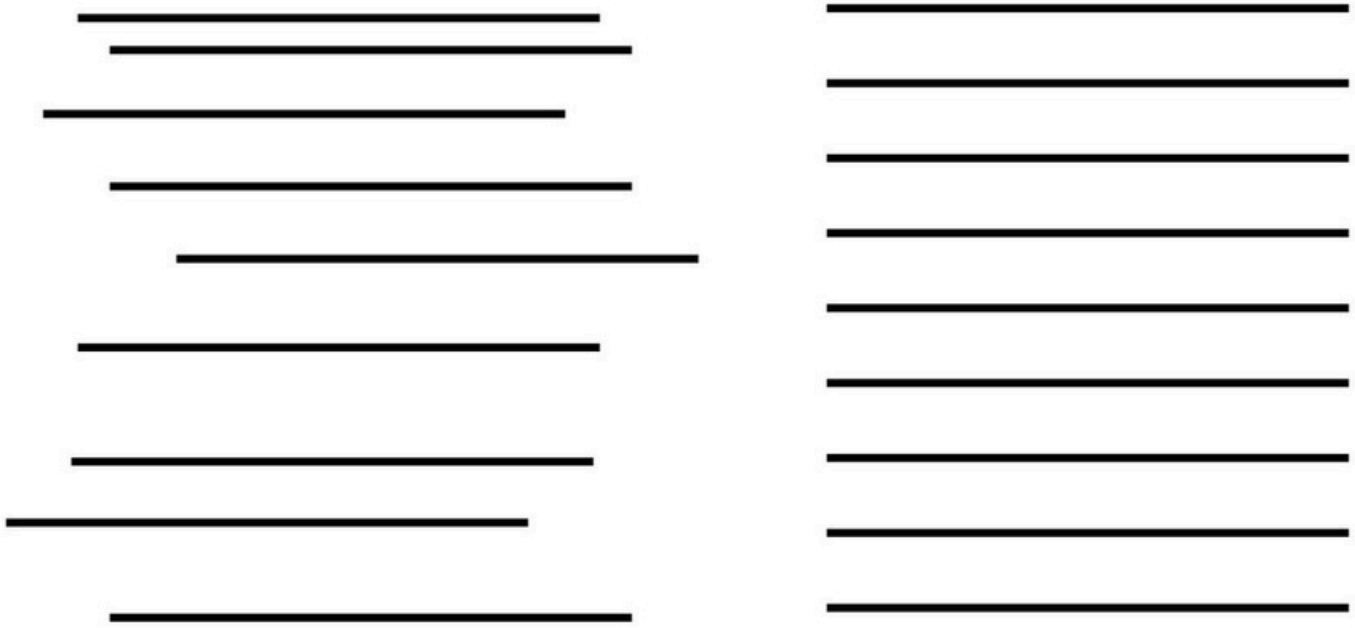


Vous pouvez également effectuer une recherche par couleur !

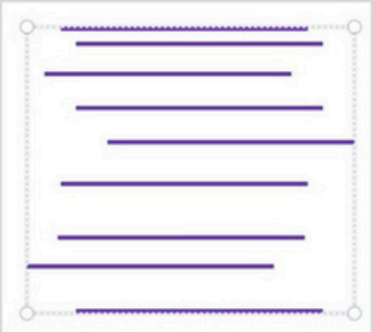

Conseils

Utilisez la fonction "Tidy Up" pour aligner.

De ceci à cela



Il fonctionne avec toutes les formes, lignes, images, etc. et aligne les objets verticalement et horizontalement. Idéal pour les lignes de notes ! Voici comment procéder :



Sélectionner tous les objets en même temps



Dans la barre d'outils supérieure, cliquez sur "Position".



Cliquez sur la fonction "Tidy up" et vous avez terminé !

Créez un effet visuel

De ceci à cela



Text on top of the house



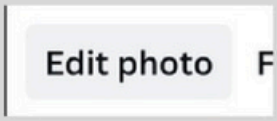
Text behind the house



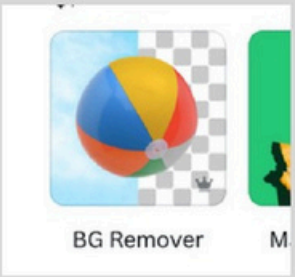
Placez une image sur votre page



Sélectionnez l'image et dupliquez-la (appuyez sur commande + D)



Sélectionnez uniquement l'image du haut et cliquez sur "Modifier la photo" dans la barre d'outils supérieure.



Sélectionnez BG remover pour supprimer l'arrière-plan (le ciel dans cet exemple).



Tapez maintenant votre texte (il sera toujours en haut des deux images). Astuce : appuyez sur "T" pour obtenir une zone de texte.

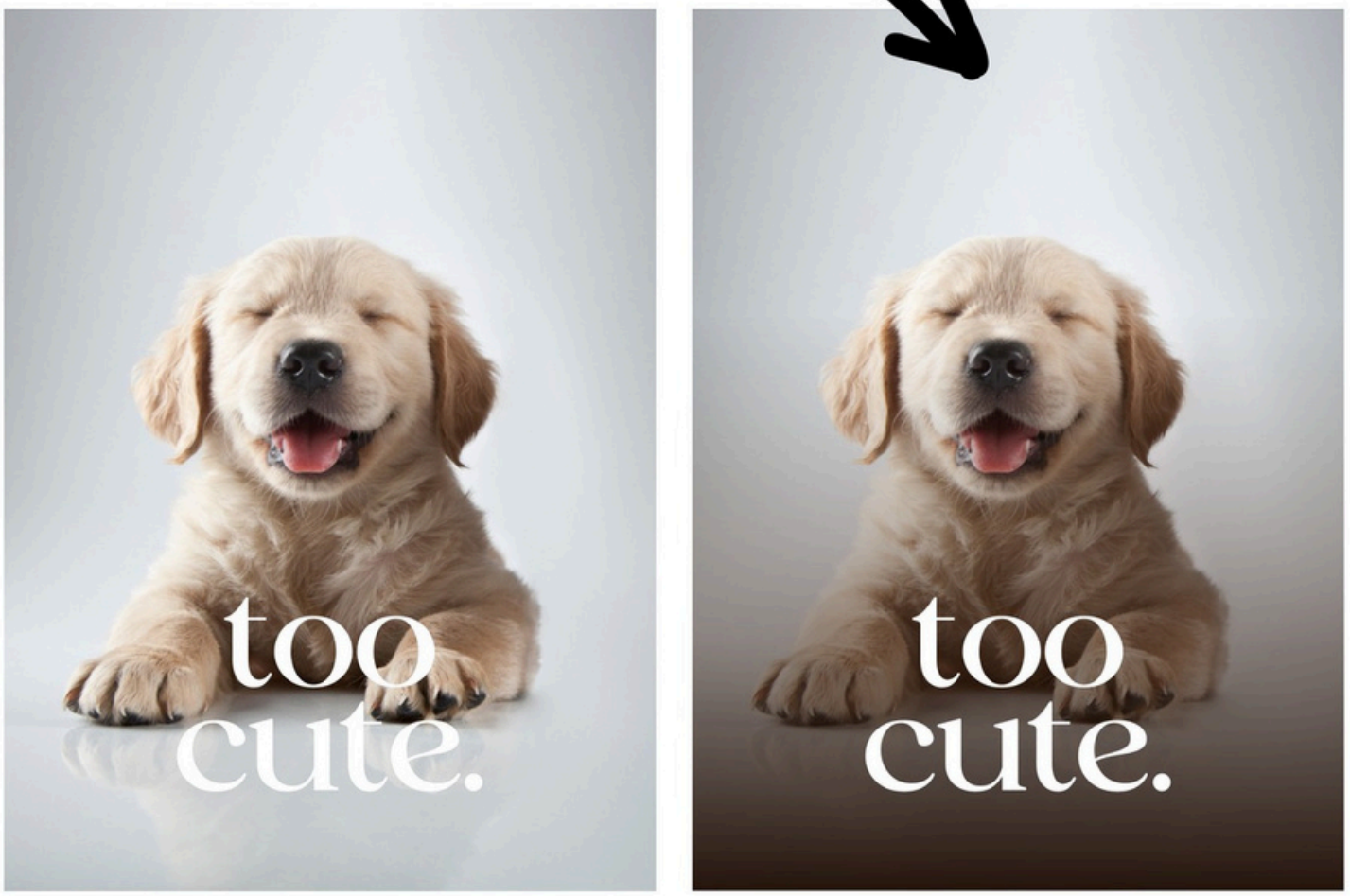


Une fois votre texte sélectionné, cliquez sur Position et déplacez-le vers l'arrière jusqu'à ce qu'il se trouve entre les deux images. Assurez-vous que les deux images sont placées exactement au même endroit !

Faites ressortir le texte avec

un dégradé transparent.

de ceci **à cela**

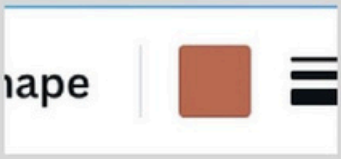


Si votre texte est difficile à lire sur une image, utilisez un dégradé par-dessus et convertissez l'une des couleurs d'extrémité en transparence à 0 % (transparent).
Instructions étape par étape sur la page suivante

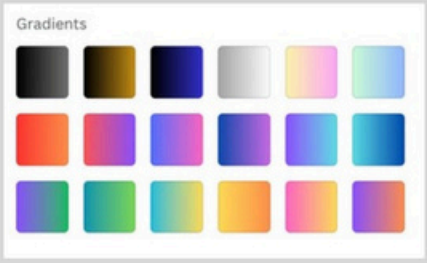
FAITES RESSORTIR LE TEXTE AVEC UN DÉGRADÉ TRANSPARENT



Create a rectangle (type the letter "R")



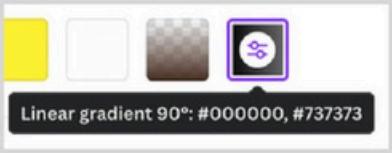
In the top toolbar, click on the colour square



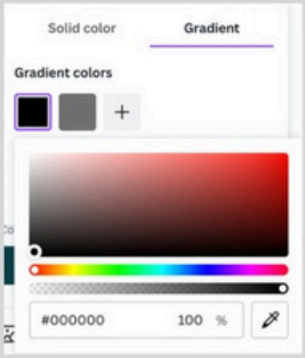
Select a gradient from the bottom of the menu (pick any one)



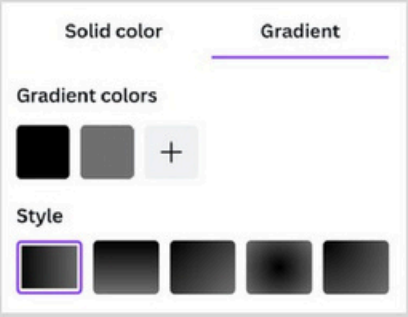
While clicked on the gradient shape, click the colour square again



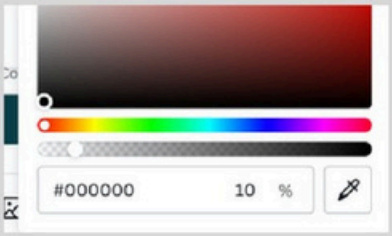
Hover over the colour to see the purple slider bars, then click on the sliders



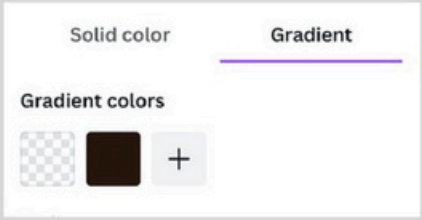
This menu will pop out.



Click on one of the colours (black shown)



Slide the transparency bar all the way left to 0% (shown here at 10%)



The colours should appear like this and you can place your shape over your photo.

EYEDROPPER TIP! In Canva Pro, you can use the eyedropper tool to select a colour from something else (your image, a graphic, a colour of a shape, etc.)

BONUS ! RACCOURCIS CLAVIER MAC



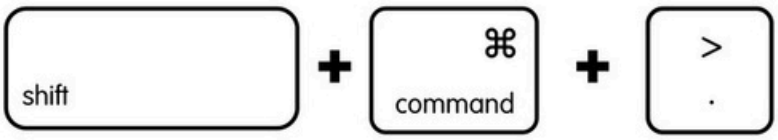
Ajouter une zone de texte



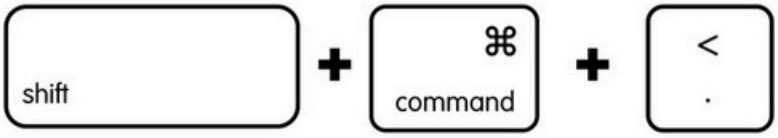
Ajouter un cercle



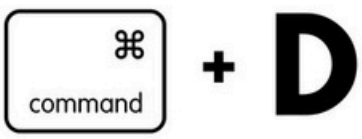
Ajouter un rectangle / carré



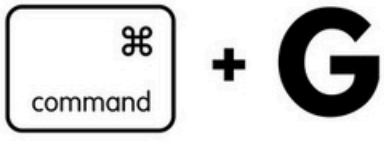
Agrandir une police



Réduire la taille d'une police



Dupliquer un élément



Grouper des éléments

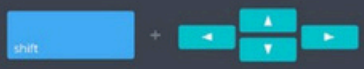
FROM Canva

Raccourcis clavier Canva

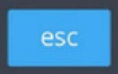
01. Bouger des éléments



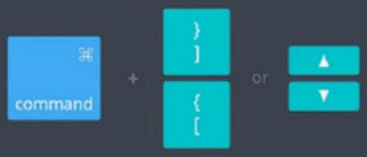
Déplacer l'élément de 1 pixel
touches fléchées



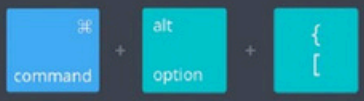
Déplacer l'élément de 10 pixels
shift + touches fléchées



Désélectionner un élément
touche esc

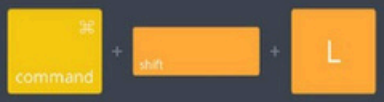


Déplacer un élément vers le haut ou le bas
commande/ ctrl + parenthèses/ flèches haut et bas
et flèches vers le bas

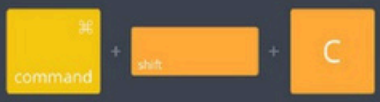


Sélectionner l'élément suivant ou précédent
commande / ctrl + alt / option
+ parenthèses

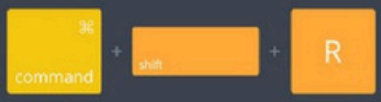
02. Texte



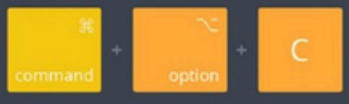
Aligner le texte à gauche
commande/ ctrl + shift + L



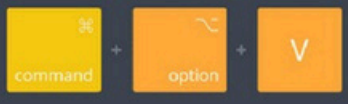
Centrer le texte
commande/ ctrl + shift + C



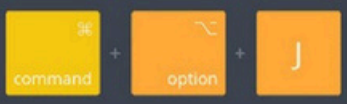
Aligner le texte à droite
commande/ ctrl + shift + R



Copier le style dans une autre zone de texte
commande / ctrl + option / alt + C



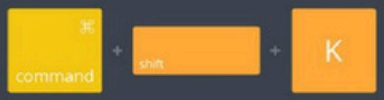
Coller le style dans une autre zone de texte
commande / ctrl + option / alt + V



Faire correspondre la largeur des zones de texte dans un groupe*
commande/ ctrl + option / alt +J



Ajouter un élément de texte
T KEY



Transformer le texte en majuscules
commande / ctrl + Shift + K

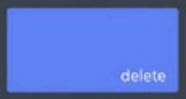
***fonctionne avec des zones de texte groupées (commande / ctrl + G)**

FROM Canva

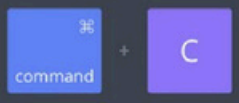
Raccourcis clavier pour CANVA



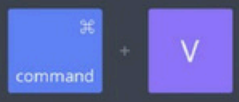
Commencer la recherche



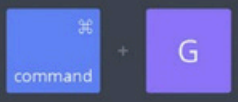
Effacez l'élément selectionné



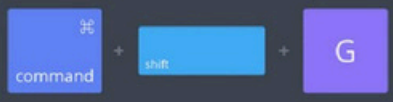
Copier les elements
command/ ctrl + C



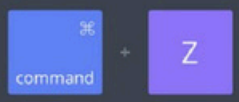
Coller les elements
command/ ctrl + V



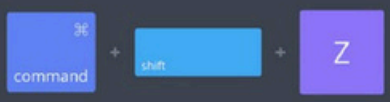
Regrouper les elements
command/ ctrl + G



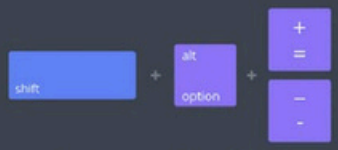
Detacher les elements
command/ ctrl + G



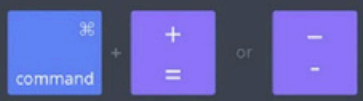
Revenir en arrière
command/ ctrl + Z



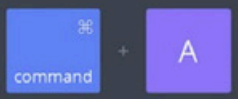
Aller à l'action suivante
command/ ctrl + Shift + Z



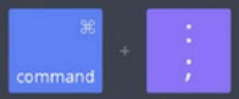
Augmenter l'espacement de la grille
shift + alt / option + plus / hyphen keys



Zoom In/Out
command/ ctrl + plus or hypen keys



Selectionnez tous les elements
command/ ctrl + A



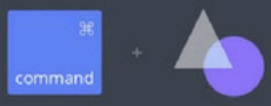
Afficher les lignes de la grille
command/ ctrl + colon (twice)



Redimensionner proportionnellement
shift + glisser



ajouter ou supprimer des éléments sélectionnés
shift + clic sur les éléments environnants



Sélectionner l'élément derrière
commande/ ctrl + clic
éléments se chevauchant



Presenter
command/ ctrl + shift + return / enter



Dupliquer un element
command/ ctrl + option / alt + C


GRATUIT
VS
PRO

GRATUIT VS PRO

AVEZ-VOUS VRAIMENT BESOIN D'UN COMPTE CANVA PRO ?

Canva est riche en fonctionnalités, même avec un compte gratuit. Vous aurez rapidement une idée de l'intérêt d'un compte Pro lorsque vous commencerez à jouer avec le logiciel. Voici un aperçu des fonctionnalités et des avantages de chaque option.

GRATUIT

- Éditeur par glisser-déposer pour une personnalisation facile
- Plus de 250 000 modèles gratuits
- Plus de 100 types de conception (messages sur les médias sociaux, présentations, lettres, etc.)
- Plus d'un million de photos et de graphiques gratuits
- Des outils de conception entièrement optimisés^ (Magic Write™ ™, Magic
- Design™, Magic Edit, etc.)
- Invitez votre famille, vos amis et d'autres personnes à concevoir
- ensemble
- Large gamme de produits imprimables à concevoir et à faire livrer à domicile
- 5 Go de stockage sur le cloud

PRO

Tout ce qu'il y a dans le compte gratuit, plus des fonctionnalités que vous allez adorer :

- Accès illimité à des modèles premium et à
- plus de 100 millions de photos, vidéos, audio, graphiques et plus encore.
- Établissez l'identité visuelle de votre marque avec des logos, des couleurs et des polices avec jusqu'à 100 kits de marque.
- Redimensionnez vos designs à l'infini avec Magic Switch™
- Supprimez les arrière-plans d'image et de vidéo en un seul clic
- Accès complet à Magic Studio, avec plus de 20 outils alimentés par Al pour stimuler votre productivité et votre créativité.
- Convertissez vos présentations ou tableaux blancs en
- résumés, articles de blog, e-mails et autres, et reformater ou traduire n'importe quel design, avec Magic Switch
- Planification du contenu des médias sociaux sur 8 plateformes
- Stockage dans le nuage (1 To)
- Assistance clientèle 24 heures sur 24, 7 jours sur 7
- *Les limites d'utilisation et les outils de conception Al-powered disponibles varient selon les plans.

En savoir plus sur Canva Pro

ICI



CERTIFICAT

DE DROITS DE MARQUE PRIVÉE

POUR LE GUIDE SUIVANT

Le Guide Canva

CE CERTIFICAT ACCORDE À TOUT ACHETEUR LE DROIT DE REVENTE !

CE GUIDE NE PEUT PAS ÊTRE VENDU POUR MOINS DE $27 PAR VENTE.

VOUS AVEZ LE DROIT DE LE PROPOSER EN BUNDLE GRATUITEMENT LORS DE LA VENTE AVEC UNE FORMATION MRR ET LES DROITS DE REBRANDER / RENOMMER COMME VOUS LE SOUHAITEZ.

VIRAL SUR *Threads*

TABLE DES MATIÈRES

01 Toutes les fonctionnalités de Threads

02 Comment écrire sur Threads

03 Quoi poster sur Threads

04 Comment grandir sur Threads

05 Comment gagner de l'argent avec Threads

INTRODUCTION

THREADS

Threads est une application lancée par Meta en juillet 2023, conçue comme une plateforme de microblogging en réponse à Twitter (désormais X). Elle permet aux utilisateurs de partager des messages courts, des photos et des vidéos, favorisant une interaction dynamique et instantanée. Dans la prochaine page, nous découvrirons les fonctionnalités actuelles de l'application.

Lancée à un moment où de nombreux utilisateurs de Twitter cherchaient des alternatives, Threads a connu une croissance impressionnante dès ses débuts, atteignant 100 millions d'utilisateurs en moins d'une semaine. Son principal atout réside dans son intégration avec Instagram, qui facilite grandement l'inscription et contribue à une croissance rapide.

Bien que la monétisation de l'application ne soit pas encore possible en Europe, Threads est une plateforme à ne pas négliger pour les entrepreneurs et les créateurs de contenu, notamment en raison de son potentiel pour bâtir une communauté engagée.

Ce guide te sera d'une grande aide et inclut des droits de revente PLR (Private Label Rights), ce qui signifie que tu pourras le revendre tel quel ou même le modifier. Prix minimum à respecter : 15 euros.

Gratuit avec "La Méthode Virale".

INTRODUCTION

THREADS

Est-ce que Threads serait une plateforme idéale pour toi et ton activité ?

Si tu observes bien, tu verras que de nombreuses personnes y partagent leurs frustrations, leurs problèmes, et cherchent activement des solutions !

Si tu as un produit ou service à vendre, c’est une opportunité en or.

D'un côté, tu as des prospects en quête de réponses, et de l'autre, tu peux t'inspirer de leurs besoins pour créer du contenu pertinent qui les incite à te contacter naturellement pour en savoir davantage.

Je vais te montrer exactement comment y parvenir !

CHAPITRE 1

APPRENDRE LES FONCTIONNALITÉES DE THREADS

Threads est bien plus qu'une simple plateforme de microblogging. Pour en tirer le meilleur parti, il est essentiel de connaître ses fonctionnalités spécifiques et comment les utiliser de manière optimale. Ce chapitre te guidera à travers les outils et options offerts par Threads, pour que tu puisses interagir efficacement, engager ton audience et maximiser ton impact sur la plateforme.

FONCTIONALITÉS DE THREADS

500 caractères maximum par post : Les posts contenant uniquement du texte ont tendance à mieux fonctionner, sauf lorsque l'image contient des chiffres, car cela fonctionne également très bien. Voici un exemple.

Possibilité d'utiliser un seul HASTAG : Quand tu utilises la touche # suivie d'un mot-clé, tu peux choisir parmi une liste de mots-clés déjà utilisés, qui apparaissent en bleu, ou en ajouter un nouveau. L'utilisation d'un hashtag n'est pas obligatoire, mais elle est conseillée, surtout au début, pour gagner en visibilité.

Carousels avec maximum 10 photos : À l'origine, les carrousels sur Instagram étaient limités à 10 photos, mais aujourd'hui, il est possible de publier jusqu'à 20 photos dans un carrousel. Cela pourrait également évoluer sur Threads (pour l'instantsur Threads il est possible d'utiliser seulement 10 photos). Cependant, comme mentionné précédemment, sur Threads, il est préférable de se concentrer sur le texte plutôt que sur les images. Les carrousels n'y fonctionnent pas très bien, c'est donc un format que je déconseille sur cette plateforme.

FONCTIONALITÉS DE THREADS

Vidéos de 5 minutes maximum : Tu peux reposter tes REELS et TikToks si tu le souhaites, mais comme mentionné, cela ne fonctionne pas très bien non plus. Sur Threads, le texte est roi.

Tu peux poster des vocaux : mais comme déjà dit, cela ne fonctionne pas très bien non plus.

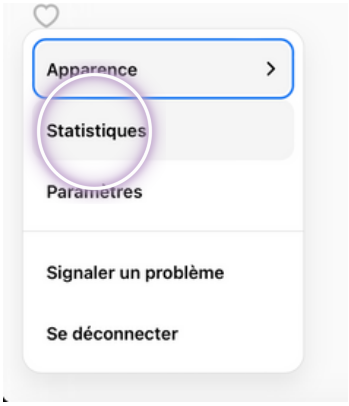
Pas de messages privés : Il n'est pas possible d'envoyer des messages privés sur la plateforme, mais les utilisateurs n'ont aucun problème à passer sur Instagram. Redirige tes prospects vers Instagram pour leur écrire.

Relié à Instagram : Tu ne peux pas changer ton nom utilisateur, ça sera obligatoirement le même que sur Instagram. Tu peux par contre changer la BIO si tu le souhaites ou la importer d'Instagram. Attention : la suppression du compte Threads entraine la suppression de Instagram. Mais la bonne nouvelle : si tu es SHADOBANNED sur Instagram, tu ne l'est pas sur Threads.

Comment voir les commentaires et vues : Pour voir les commentaires et vues d'un Thread, tu dois cliquer sur le post, en haut tu verras les vues et en bas les commentaires. Si tu ne cliques pas dessus tu ne les verras pas.

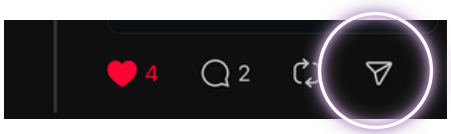
FONCTIONALITÉS DE THREADS

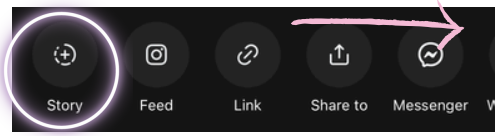
Pour voir les statistiques du compte : tu dois aller à l'ordinateur, et cliquer sur "statistiques" en bas à gauche.

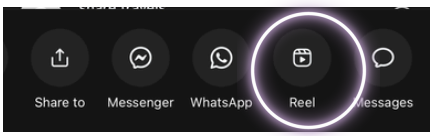


Pour la vente de ce guide, je te conseille de faire une photo des statistiques actuelles et une fois mis en place tous les conseils dans le guide pour faire un avant - après.

Tu peux partager tes Threads comme REELS ou STORIES INSTAGRAM : Pour ce faire, clique sur la petite flèche en bas à droite de ton post sur Threads. Ensuite, tu peux sélectionner « Story » ou faire défiler vers la droite pour créer un REEL. Je te recommande les partages dans les stories, mais les REELS faits de cette manière ne sont pas très efficaces.







CHAPITRE 2

COMMENT ÉCRIRE SUR THREADS

Écrire sur Threads peut être un peu différent de ce à quoi tu es habituée. Ce chapitre t'aidera à comprendre comment rédiger des posts efficaces et capter l'attention de ton audience.

COMMENT ÉCRIRE SUR THREADS

Tu l'as peut être déjà vu sur la plateforme... Sur Threads on utilise pas de ponctuation ! Voici quoi faire à la place :

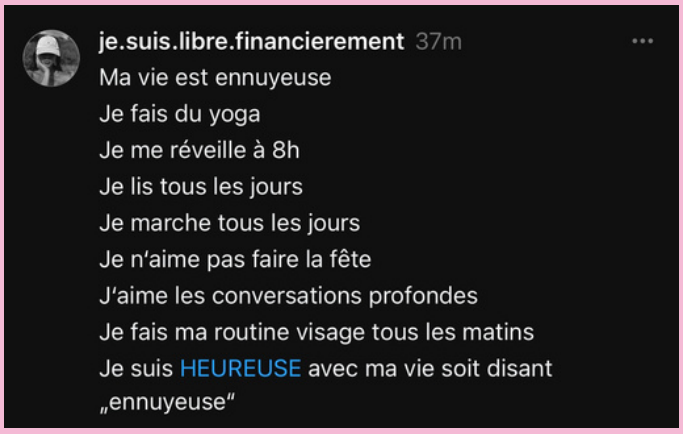
ECRIRE SANS VIRGULES, ESPACER LE TEXTE
Les virgules peuvent ralentir la lecture, donc mieux vaut découper les phrases ou les reformuler.

EXEMPLE :
Au lieu de dire : « Après avoir publié, je réfléchis à ce que je pourrais améliorer »
Essaie plutôt : « Je réfléchis à ce que je pourrais améliorer après chaque publication »

Dans la première version, il y a une petite pause qui casse le rythme. Tu veux éviter ces pauses pour garder l'attention du lecteur. La seconde version est plus fluide et se lit sans interruption, ce qui est idéal.

EXEMPLE :
Au lieu d'écrire :
"Ma vie est ennuyeuse, je me réveille à 8h, je fais du yoga, je lis tous les jours, je marche tous les jours, je n'aime pas faire la fête, j'aime les conversations profondes, je suis heureuse avec ma vie soit disant "ennuyeuse" .

Voici comment écrire ça sur Threads :



COMMENT ÉCRIRE SUR THREADS

Et les émoticônes ?
Autant il serait étrange de lire la description d'un REEL sans aucune émoticône, autant elles ne sont vraiment pas indispensables sur Threads ! Tu peux en mettre quelques-unes, mais tu peux aussi très bien n'en mettre aucune !

Le Storytelling
Ce qui marche super bien sur Threads est le storytelling. Le Storytelling est l'art de raconter une histoire pour transmettre un message, captiver une audience ou créer une connexion émotionnelle.

En particulier ce qui marche bien sur Threads, c'est une technique de narration incomplète ou "teasing", où tu racontes une partie de l'histoire pour capter l'attention, et tu invites ensuite le lecteur à découvrir la suite dans les commentaires. Voici un exemple.

Pourquoi ça marche si bien ?
Le seul moyen de lire les commentaires sur Threads est de cliquer sur le post, et ceci booste l'algorithme de Threads!

Dans les commentaires :

Tu peux commencer ton Threads avec des phrases comme :
"Hier, quelque chose d'incroyable m'est arrivé..." ou
"Je suis choquée.."

et terminer avec des phrases du style :
"et tu ne devineras jamais ce que j'ai fait après"
ou simplement "👉 Je t'explique tout en commentaire..."

COMMENT ÉCRIRE SUR THREADS

Il faut être SPECIFIQUE
Sur Threads, évite d'être trop vague, sinon ton contenu risque de ne pas captiver ton audience. Les mots généraux ne fournissent souvent pas assez de détails.

Par exemple, dire : « Mon chéri m'énerve »
Mais à quel point est-ce énervant ? Pour toi, cela peut signifier qu'il a oublié de faire la vaisselle. Pour quelqu'un d'autre, cela peut signifier qu'il a oublié un événement important.

Au lieu de dire « m'énerve », sois plus précise :
« Mon chéri m'énerve !
il a oublié de faire la vaisselle encore une fois! »

Les détails précis aident à mieux comprendre la situation et rendent ton message plus engageant. **Voici une liste de mots vagues à éviter sur Threads :**

- **Bon / Mauvais**
- **Petit /Grand**
- **Rapide / Lent**
- **Excellent / Décevant**
- **Intéressant/ Nul**
- **Facile / Difficile**

...

Remplace-les par des faits concrets et mesurables. Au lieu de dire « le service était rapide », précise plutôt : « Je suis choquée ! X a livré ma commande en 24 heures, ce qui est deux fois plus rapide que Y »

RAPPEL : Nous sommes là pour capter l'attention avec un contenu précis et percutant.

COMMENT ÉCRIRE SUR THREADS

Comment écrire des paragraphes
Si tu veux écrire des paragraphes du style :
« Il y a 168 jours j'ai arrêté de montrer mon visage et j'ai démarré une page de citations sur Instagram. Aujourd'hui j'ai 9046 abonnés, 18 vidéos virales et j'ai généré 13'800 euros! »

Une autre façon de l'écrire pour Threads (en mettant des espaces après chaque phrase et en ajoutant l'amorce à la fin) :

J'y tenais à partager des exemples pour que tu comprennes mieux comment écrire sur Threads.

Mais bien sûr, le plus important, c'est... LE CONTENU et surtout l'EMPATHIE.

Si tu n'as jamais été à la place de ton audience, ils le sentiront! Donc :
Partage des choses qui te sont vraiment arrivées.
Les leçons apprises et les erreurs commises.
Sois vulnerable !

Comme on le verra plus tard, c'est en partageant tes expériences que tu auras chaque jour des publications engageantes !



CHAPITRE 3

QUOI ÉCRIRE SUR THREADS

Threads a son format unique et ça peut faire bizzarre au début si on est habitué aux posts Facebook / tiktoks ou reels!
Mais tu vas voir qu'avec les techniques que je vais te donner tu auras un nombre illimité d'idées de Threads à faire !

IDÉES DE CONTENU

Voici les types de contenu que je partage pratiquement chaque jour et qui me permettent d'augmenter mes abonnés, avoir des post viraux et faire des ventes :

- Un témoignage / des résultats (ceci te permettra de faire de ventes)
- Une histoire professionnelle ou personnelle (ceci te permettra d'avoir des post viraux)
- Un conseil pratique pour ton audience cible (ceci te permettra d'avoir plus de followers)

Voici 10 idées pour tes premiers Threads :

- Quelque chose qu'on t'a dit : Partage un commentaire déplacé que tu as reçu.
- Une victoire : Partage une réussite, même petite, et ce qu'elle signifie pour toi.
- Une décision difficile que tu as dû prendre et pourquoi.
- Un coup de gueule ou ta frustration face à une situation spécifique.
- Une citation qui t'a motivée.
- Quelque chose qui t'a choqué.
- Quelque chose d'embarrassant qui t'est arrivé : "Quel est le truc le plus embarrassant qui vous est jamais arrivé ?"
- Décris un moment où tu as modifié ton point de vue sur un sujet.
- Prendre position contre quelque chose dans ta niche : Expose un point de vue opposé à une tendance ou une pratique courante dans ton domaine.
- Partage une opinion forte sur un sujet d'actualité.

RAPPEL : INCORPORE TA PERSONNALITÉ DANS TON CONTENU ET SOIS AUTHENTIQUE !

IDÉES INFINIES DE CONTENU

Deux stratégies simples pour avoir un nombre infini d'idées de contenu :

- **Trouve des idées sur X (Twitter)**

Tu manques de temps ou d'idées ? Ne réinvente pas la roue ! Trouve 10 comptes dans ta niche sur Twitter et retravaille leur meilleur contenu. N'hésite pas à consulter des comptes anglophones et à traduire et reecrire leurs posts. Ce qui est important, c'est de garder la même structure et /ou amorce.

En tapant "Entrepreneur" j'ai trouvé ce compte dans les premiers 3 proposés et c'est une mine d'or car il repartage les meilleurs Twitters d'autres comptes, parfait. Oui ça prendra du temps mais tu dois faire cet exercice seulement une fois et tu auras un nombre illimité de contenu!



- **Trouve des idées de Threads**

Analyse les meilleurs Threads de ton fil d'actualité et adapte-les à ta propre niche. Souvent c'est la structure et /ou l'amorce du Threads qui a fait qu'il marche si bien !

OUBLIE PAS : partage ton quotidien, ce que tu penses, tes opinions, ce qui t'es arrivé de bizarre, ça sera les meilleurs Threads ! Comme celui-ci que j'ai fait sur mes clé dans la machine à laver qui a fait 75k vues en même pas 24 heures.

LES HOOKS (AMORCES)

Les hooks, c’est littéralement ce qu’il y a de plus important, surtout sur une plateforme comme Threads. Contrairement à d'autres réseaux sociaux où l’on peut s'appuyer sur des visuels percutants, sur Threads, tout repose sur l'écrit.

Ton hook, c’est ce truc qui attrape l’attention dès les premiers mots. Si ça n’accroche pas immédiatement, ton post tombe dans l'oubli.

Ce qui marche encore mieux, ce sont les hooks négatifs. Pourquoi ? Parce que ça pique, ça provoque, et les gens réagissent toujours à ce qui les irrite un peu. Ce côté "drama" léger, c'est ce qui rend un post viral.

Sur Threads, les gens adorent réagir à des opinions polarisantes, critiquer ou débattre. Le conflit, même petit, c’est du carburant pour l’engagement. Le hook négatif amène les gens à vouloir se défendre, à contredire ou, au contraire, à applaudir ce que tu dis. Bref, ton hook est ta seule chance de capter l'attention sur Threads !

Voici les meilleurs à utiliser :

La vérité sur...
Je vais être honnête...
Ce que j'aurais aimé savoir sur ___ avant de commencer
Désolée de vous decevoir___ ne marche pas !
Ne crois pas à CE mensonge...
Fais attention à...
Tu n’as pas besoin de ___ si tu veux ___
MYTHE :
La PIRE façon de...
Tu ne vas pas croire ce que je viens de faire
Cela va changer la façon dont tu ___
Ça va en choquer certaines mais...
Il fallait que quelqu'un le dise...
Opinion impopulaire...
La pire chose que j'ai jamais faite est...
Voici pourquoi ___ ne fonctionne pas pour toi
La dure vérité sur...

IDÉES DE CONTENU

RE-POSTE LE MÊME CONTENU, SURTOUT LE CONTENU QUI A BIEN MARCHE

Te rappelles-tu de ce que tu as partagé il y a deux vendredis ?
Probablement pas, et ton audience non plus ! Pour te donner une perspective :

- 99 % des gens qui ont vu tes publications les oublieront.
- 60 % de ton audience n'a même pas eu la chance de les voir.
- AUCUN de tes futurs abonnés n'a vu ce contenu, car ils n'étaient pas encore présents !

Comme sur Instagram, il est essentiel de réutiliser ton contenu sur Threads. N'hésite pas à le modifier légèrement ou à le republier pour atteindre de nouveaux spectateurs.

Fais briller tes réussites !

Il est crucial de te promouvoir chaque jour, car personne d'autre ne le fera pour toi. alors, mets en avant tes idées, tes convictions, tes réflexions et tes offres.

J'ai un dossier sur mon téléphone où je garde des captures d'écran de TOUT. Montrer ces éléments est crucial car c'est une preuve sociale !

Il n'y a pas de succès trop petit. Pour moi, obtenir 10 abonnés en une journée peut sembler insignifiant, mais pour quelqu'un qui débute, c'est une victoire qui peut transformer sa journée !

Célèbre tout :
Une vente
Un post viral
Atteindre X abonnés
Ton premier prospect qui vient de Threads!

IDÉES DE CONTENU

PARTAGE TON HISTOIRE

Donne à ton audience du contexte lorsque tu partages tes réussites, ils ne savent pas d'où tu viens et ce que tu as fait pour en arriver la!
Mentionne toujours les leçons apprises et/ou les erreurs commises pour atteindre cette réussite! C'est ce qui te rend authentique et qui fait que tes prospects te fassent confiance.

Sois précise lorsque tu fais la promotion de cet EBOOK ou d'une formation en ligne. Voici des exemples de bonnes et mauvaises pratiques :

À ÉVITER :
- « La [NOM DE LA FORMATION] est la meilleure ! »
- « J'ai acheté [NOM DE LA FORMATION]. WOW!!! »

À FAIRE :
- Suscite l'intérêt : « Qui ici a déjà le Guide Threads ? »
- Donne des résultats concrets : « Depuis que j'utilise [NOM DE LA FORMATION], mes ventes ont doublé. »

Utilise des chiffres et des captures d'écran pour rendre tes affirmations plus tangibles et crédibles.

IDÉES DE CONTENU

Exprime Ta Personnalité Dans Ton Contenu

Beaucoup de gens oublient cet aspect essentiel : leur propre personnalité. En imitant seulement les autres, leur contenu devient banal et passe inaperçu.

Montre tes particularités uniques. Par exemple, “Est-ce que je suis la seule à… ?” Tu te rendras vite compte que ces traits personnels résonnent avec de nombreux autres !

Nous créons tous des marques PERSONNELLES. Alors, n’hésite pas à révéler davantage sur toi-même et ce qui te passionne réellement.

Partage ce qui te distingue et ce qui t’anime !



CHAPITRE 4

COMMENT GRANDIR SUR THREADS

Comme sur n'importe quel autre réseau, quand tu commences de zéro (ou presque), il faudra passer un peu plus de temps sur l'application qu'ensuite. Au début, l'engagement risque d'être très faible, et la seule façon de l'augmenter est soit de publier des contenus qui suscitent vraiment le débat et/ou d'aller interagir avec d'autres comptes. Je t'expliques quoi faire exactement dans la prochaine page.

LA CHECK-LISTE POUR GRANDIR SUR THREADS

Tu n’as pas besoin de faire ça toute ta vie, mais ça aide beaucoup au début:

Optimisation de la BIO

- [ ] Qui est ton client idéal / qui veux-tu aider ?
- [ ] Est-ce que ta bio indique clairement qui tu es et ce que tu fais ?
- [ ] As-tu inclus des mots-clés pertinents pour être trouvé facilement ?
- [ ] Y a-t-il un appel à l'action (CTA) clair et convaincant ?

Fréquence de posts & engagement journalier

- [ ] Poste 2-3 fois par jour (jusqu’à 5 fois), l’heure n’est pas importante sur Threads
- [ ] Réponds à TOUS les commentaires
- [ ] Partage ton post à un ami pour qu’il vienne liker et commenter
- [ ] Engage (abonne-toi, like et commente) avec 5-10 nouveaux comptes (idéalement tes prospects), encourage, donne des conseils et de la valeur

Post épinglé

- [ ] Choisis un post épinglé qui parle de ton offre et avec un appel à l’action

ENGANGEMENT

I ne faut pas sous-estimer l'engagement sur Threads (surtout si tu as un petit compte).
Chaque commentaire, réponse ou partage renforce ta visibilité et ta crédibilité. En favorisant des échanges authentiques, tu peux transformer des spectateurs en followers engagés. Les interactions sont essentielles pour bâtir une communauté fidèle et active sur la plateforme et atteindre tes premiers 1000 abonnés.

Comme mentionné précédemment, je recommande de commenter 5 à 10 Threads d'autres personnes chaque jour, en particulier ceux qui sont dans ta niche (des comptes influents comme des plus petits).

Voici pourquoi :

1. **Visibilité :** En commentant, tu te places directement devant ton audience potentielle. Cela te permet de démontrer ton expertise et ton désir d'aider.

2. **Idées de contenu** : Ces interactions te fournissent une multitude d'idées pour ton propre contenu. Beaucoup de mes publications proviennent d'idées nées en répondant à des questions ou en laissant des commentaires sur d'autres Threads. Cela te permet de repérer les sujets qui intéressent vraiment les gens ou qui sont d'actualité.

3. **Engagement :** Si fait correctement, cela t'aide à développer une audience engagée. En te positionnant comme expert, tu gagnes la confiance de ton public, ce qui facilite les ventes.

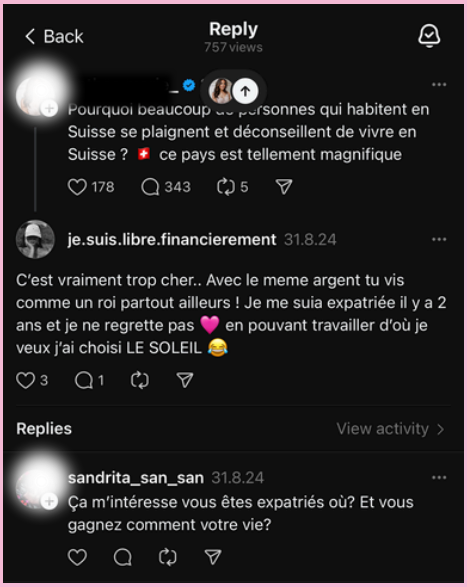
4. **Impact** : Plus ta réponse est détaillée, plus il semble que tu as consacré du temps à répondre. Cela attire l'attention de ton audience et les incite à te suivre. En réalité, tu peux souvent réutiliser des réponses que tu as déjà donné à d'autres personnes.

CONSEIL : CRÉE-TOI UNE PETITE NOTE AVEC LES RÉPONSES TYPES / CONSEILS QUE TU UTILISES SOUS LES THREADS DES AUTRES POUR NE PAS TOUT RE-ÉCRIRE À CHAQUE FOIS! SOUVENT ON DONNE LES MÊMES CONSEILS.

ENGANGEMENT

EXEMPLES DE REPONSES pour générer de l'intérêt vers ton profil / ton offre :















CHAPITRE 5

COMMENT GAGNER DE L'ARGENT AVEC THREADS

En Europe, Threads n'est pas encore monétisé : l'application ne te paye pas pour tes vues. Cependant, il existe d'autres moyens de générer des revenus, comme la vente de produits ou de services. Tu peux utiliser Threads pour promouvoir tes offres, que ce soit du coaching, des formations, des produits physiques ou numériques. En interagissant activement avec ton audience et en partageant du contenu de valeur, tu peux facilement attirer des clients potentiels!

MONETISATION

Actuellement, seuls certains comptes américains ont été sélectionnés pour participer au programme de bonus Threads. Ce programme, encore en phase de test, est accessible uniquement sur invitation, principalement pour des comptes ayant plus de 30k abonnés sur Threads (avec un nombre d'abonnés significatif sur Instagram qui semble aussi jouer un rôle).

Si tu es invitée, une notification apparaîtra dans ton tableau de bord professionnel sur Instagram.

Pour recevoir les paiements des bonus, il est nécessaire de respecter les règles du programme et d'avoir un profil Threads public.

Les bonus sont calculés en fonction de la performance des publications ou du nombre de posts créés, avec parfois un montant minimal à atteindre pour être payé.

Il est encore incertain si la monétisation sera officiellement intégrée, comme sur TikTok par exemple, et si cela sera étendu à l'Europe.

C’est pourquoi je te propose une autre approche à la page suivante.

LE MARKETING DIGITAL

La vente de formations et d'eBooks, comme cet eBook que tu es en train de lire ! Tu as le droit de le revendre comme si c'était le tien grâce aux droits de revente PLR. Tu peux créer ta boutique Stan Store en 10 minutes avec mon guide et être prête à partir !

La meilleure manière de promouvoir l'eBook est de suivre les conseils et de montrer tes résultats.

Il est également important d'avoir trois types de produits : low ticket, middle ticket, et high ticket, pour répondre aux besoins variés de ton audience et maximiser tes revenus.



CE GUIDE THREADS

Ton produit "Low ticket" (= à petit prix) pourrait être cet Ebook ! N'hésite pas à t'inspirer (sans copier - coller) de ma boutique, pour mettre le produit dans la tienne. Tu peux revendre cet Ebook pour 17 euros et garder tous les profits.



LA METHODE VIRALE

Tu as aimé ce guide? Tu vas ADORER la Méthode Virale. C'est la nouvelle formation sur les réseaux sociaux à petit prix (incluant un module complet sur Threads) propose un programme d'affiliation qui te permet de gagner 80 % de commission sur chaque vente !



LA FORMATION CLÉ EN MAIN + MES EBOOKS PRÊTS À ÊTRE VENDUS !

LA FORMATION qui t'enseignera TOUT ce dont tu as besoin pour générer un revenu passif grâce au marketing digital, dynamiser tes réseaux sociaux, développer ton branding et installer les systèmes nécessaires pour vendre même pendant ton sommeil. En achetant la formation avec moi, tu obtiens l'accès à 20 EBOOKS PLR que, tout comme la formation elle-même, tu peux revendre pour obtenir 100% des profits.

BRAVO !

Ce guide t'a fourni des stratégies pour élever ta présence sur Threads. Implémente ces stratégies de manière constante et souviens-toi que le parcours est continu : adapte, expérimente et tu t’amélioreras tout le temps!

Ton dévouement se reflétera dans l'augmentation de ton nombre d'abonnés et de ton taux d'engagement. Embrasse ce voyage avec enthousiasme et regarde ta présence Threads prospérer.

Contacte-moi pour n’importe quelle question !

Termes et conditions

Tu peux lire et apprendre de ce guide, et également le revendre pour en tirer profit si tu le souhaites. Les droits PLR (Private Label Rights) associés à ce guide te permettent de le revendre comme si c'était le tien, mais tu dois rebrander la couverture, modifier le titre et l'image de l'eBook, et ensuite tu es prête à partir !

Si tu souhaites transmettre ces droits de revente à tes acheteurs, tu dois les diriger vers ton propre lien de modèle à la dernière page de ce guide. Tu trouveras le mien ci-dessous ; assure-toi de le remplacer par le tien avant de vendre ce produit. Dans Canva, clique en haut à gauche où il est écrit "Partager", puis en bas tu verras "lien du modèle" – clique dessus pour obtenir ton propre lien.

Ce guide a un prix minimun de 15 euros.

Clique ICI pour accéder à ton guide modifiable !

ÉDITION SANS VISAGE AVEC DROITS DE REVENTE

LIVRE
DU MARKETING DIGITAL



UN PLAN DÉTAILLÉ ÉTAPE PAR ÉTAPE POUR LANCER VOTRE ENTREPRISE DE PRODUITS DIGITAUX SANS MONTRER VOTRE VISAGE

LES DROITS DE REVENTE ?

Démarrer une entreprise de produits numériques peut être intimidant, j'ai donc décidé d'aider les gens à surmonter l'un des plus grands obstacles : créer un produit numérique à partir de zéro.

Je voulais offrir aux gens un modèle de produit numérique qui élimine le stress lié à la création d'un produit, tout en offrant une tonne de valeur !

Je voulais leur proposer un produit numérique qui serait toujours rentable et très demandé.

Soyons réalistes, à l'heure où le monde passe au numérique et où le coût de la vie augmente, il n'est pas étonnant que de plus en plus de personnes recherchent des moyens de gagner un revenu supplémentaire en ligne !

Il est révolu le temps où vous aviez besoin d'un diplôme universitaire ou de compétences particulières pour démarrer une entreprise, et avec les droits de revente, vous n'avez CERTAINEMENT besoin de rien qui sorte de l'ordinaire !

Ce Playbook est accompagné de droits de marque privée et de droits de revente principale. Cela vous permet de modifier le livre électronique et de le revendre comme le vôtre, avec également des droits de revente !



REBRANDING ET REVENTE DE CE PLAYBOOK

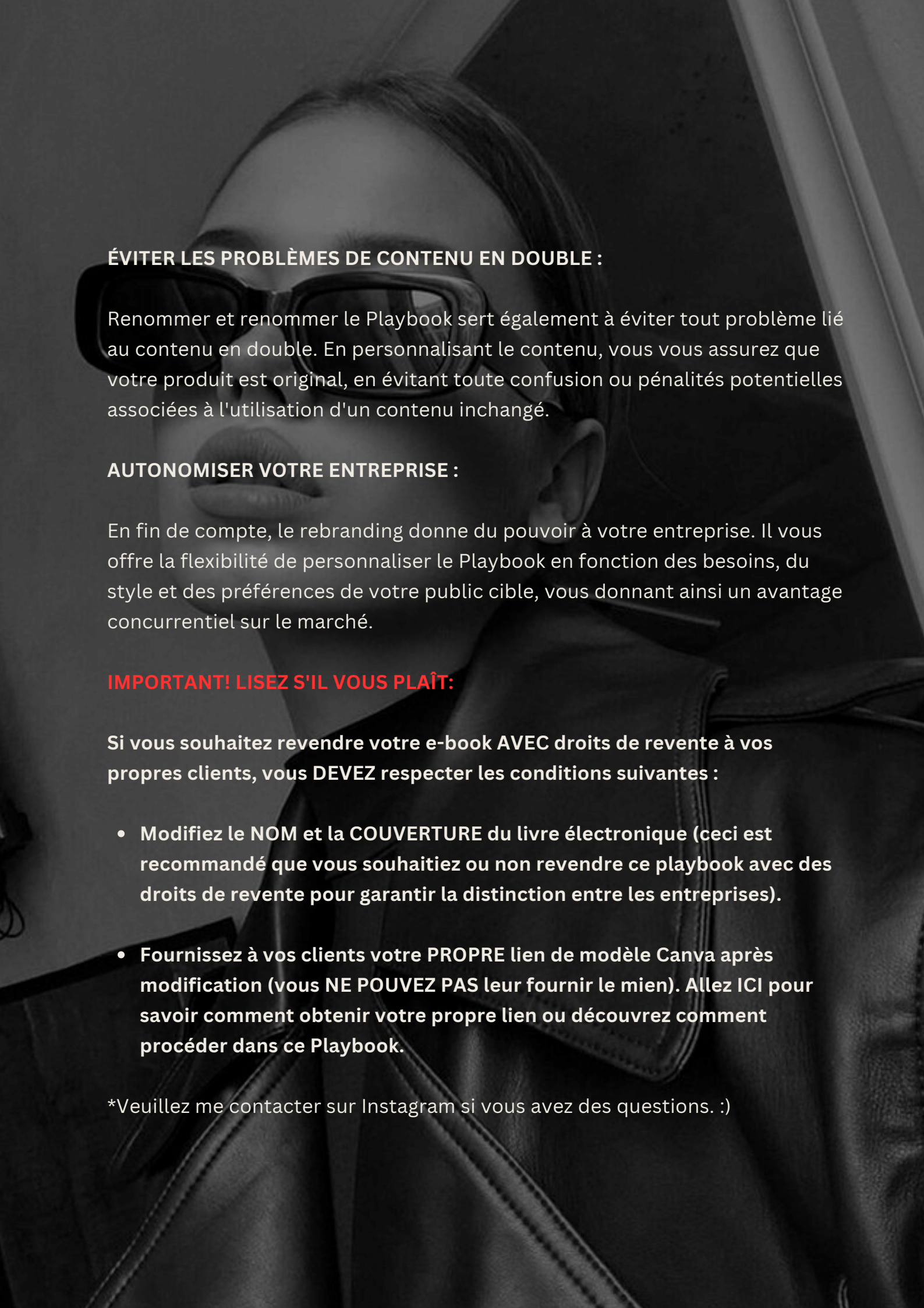
Lorsqu'il s'agit d'utiliser des produits numériques avec droits de revente, il existe une étape essentielle qui garantit votre succès : changer de marque et renommer vos produits.

POURQUOI LE REBRANDING EST-IL IMPORTANT ?

Le rebranding vous permet de vous approprier le Playbook. En modifiant les éléments de la marque, comme le nom, le logo et l'identité visuelle, vous pouvez créer un produit unique qui se démarque sur le marché. Ce processus aide à établir votre identité distincte, garantissant que vos clients voient votre produit comme quelque chose d'exclusif et différent des autres disponibles.

BÂTIR LA CONFIANCE ET LA CRÉDIBILITÉ :

Lorsque vous changez l'image du Playbook, vous démontrez votre engagement à fournir un produit unique et personnalisé à votre public. Cela contribue à renforcer la confiance et la crédibilité, permettant à vos clients de voir le produit comme une partie de votre marque, améliorant ainsi sa valeur perçue.



ÉVITER LES PROBLÈMES DE CONTENU EN DOUBLE :

Renommer et renommer le Playbook sert également à éviter tout problème lié au contenu en double. En personnalisant le contenu, vous vous assurez que votre produit est original, en évitant toute confusion ou pénalités potentielles associées à l'utilisation d'un contenu inchangé.

AUTONOMISER VOTRE ENTREPRISE :

En fin de compte, le rebranding donne du pouvoir à votre entreprise. Il vous offre la flexibilité de personnaliser le Playbook en fonction des besoins, du style et des préférences de votre public cible, vous donnant ainsi un avantage concurrentiel sur le marché.

IMPORTANT! LISEZ S'IL VOUS PLAÎT:

Si vous souhaitez revendre votre e-book AVEC droits de revente à vos propres clients, vous DEVEZ respecter les conditions suivantes :

- **Modifiez le NOM et la COUVERTURE du livre électronique (ceci est recommandé que vous souhaitiez ou non revendre ce playbook avec des droits de revente pour garantir la distinction entre les entreprises).**

- **Fournissez à vos clients votre PROPRE lien de modèle Canva après modification (vous NE POUVEZ PAS leur fournir le mien). Allez ICI pour savoir comment obtenir votre propre lien ou découvrez comment procéder dans ce Playbook.**

*Veuillez me contacter sur Instagram si vous avez des questions. :)

QU'EST-CE QUE LE MARKETING?
SANS VISAGE



Le marketing sans visage consiste à créer une présence en ligne et à la monétiser sans montrer votre visage. Votre présence en ligne met en valeur votre marque, vos produits et votre contenu sans révéler votre identité physique.

Le marketing sans visage met fortement l'accent sur l'image de marque à travers les mots, les visuels et votre personnalité unique.

Dans ce Playbook, nous allons expliquer comment vous pouvez créer votre propre marque personnelle sans visage sur Instagram et/ou Tiktok, et créer un flux de revenus avec des produits numériques pendant que vous y êtes !

Alors prenez un café ou un thé et c’est parti !

POURQUOI RESTER SANS VISAGE ?

Il y a de nombreux avantages à commercialiser votre entreprise sans visage :

- Plus de confidentialité : vous n'avez pas à vous soucier d'être reconnu en public ou de voir votre identité révélée.
- Moins de pression : sans que votre visage soit visible, vous n'avez pas à vous soucier autant d'avoir l'air parfait à tout moment. Votre objectif principal est votre contenu.
- Flexibilité du temps : vous pouvez pré-programmer des publications et prendre des congés en cas de besoin sans perturber le flux de votre marque.
- Liberté de créativité : vous êtes capable de créer et de mettre en valeur pleinement vos compétences sans ressentir la pression d'être jugé.
- Maintient le professionnalisme : si vous êtes un professionnel et que vous ne voulez pas être découvert par vos collègues ou partenaires commerciaux, c'est un excellent moyen.

TABLE DES MATIÈRES

1 Votre vision

2 Optimiser votre profil

3 Monétisez votre page sans visage (produits numériques)

4 Objectifs de prix et de revenus

5 Votre cadeau

6 Configuration de votre magasin Stan

7 Automatisez votre entreprise

8 Construction d’une communauté sans visage

9 Marketing sans visage : stratégies Instagram

10 Trucs juridiques

11 Il est temps aller!



ÉTAPES RAPIDES SUR COMMENT TOUT ÇA TRAVAUX

UN

CHOISISSEZ VOTRE NICHE + VOTRE PUBLIC

Choisissez un sujet/domaine rentable qui vous passionne (santé, richesse, relations, parentalité, etc.) et un public cible que vous souhaitez aider.

DEUX

ÉTUDE DE MARCHÉ

Faites vos recherches et identifiez un problème courant auquel les personnes de votre niche sont confrontées.

TROIS

CRÉATION DE PRODUITS NUMÉRIQUES

Achetez un produit numérique DFY (comme celui-ci) ou créez-en un à partir de zéro et personnalisez-le. Ce produit numérique devrait être la solution au problème de votre public cible.

QUATRE

COMMERCIALISEZ VOS PRODUITS

C'est ce que vous passerez la plupart du temps à faire dans votre entreprise, à raison de quelques heures par jour seulement. Créez du contenu sans visage sur Instagram pour présenter votre produit et attirer votre public idéal.

CINQ

COMMUNAUTÉ + CONSTRUCTION DE MARQUE

Lorsque vous commercialisez vos produits numériques, vous devez également vous concentrer sur la construction de votre marque et de votre communauté sans visage à travers votre contenu. Vous souhaitez créer une communauté de « fans » fidèles.



CHAPITRE UN
VOTRE VISION



Lorsque vous démarrez une entreprise, il est important de clarifier votre objectif en premier lieu. La raison en est que, sans but, vous risquez d'abandonner lorsque les choses deviennent difficiles. La première étape de cet incroyable voyage consiste à clarifier votre pourquoi, votre niche idéale et votre client/public cible de rêve. Faites-moi confiance quand je vous dis : NE sautez PAS cette étape cruciale !

DÉTERMINEZ VOTRE POURQUOI

Avant de déterminer ce que vous allez vendre, il est essentiel de comprendre pourquoi. Cela révélera vos motivations les plus profondes et vous aidera à traverser les journées « difficiles » :

Demande toi:

- Qu'est-ce qui m'a initialement attiré vers ce commerce en ligne ?
- Quel impact est-ce que je souhaite le plus que mon travail ait dans le monde ?
- Comment cette entreprise va-t-elle changer ma vie ? Qu'est-ce que moi et mes proches y gagnerons ?

Soyez honnête avec vous-même, ma fille, et creusez profondément. Les entreprises les plus performantes résolvent de vrais problèmes à partir d'un véritable lieu de passion. Le vôtre n'est pas différent.

CHOISISSEZ VOTRE CRÉNEAU

Une fois que vous avez exploité votre motivation sous-jacente, il est maintenant temps de l’utiliser pour choisir un créneau qui vous passionne vraiment.

QU'EST-CE QU'UNE NICHE ?

Une niche est simplement un domaine ou un sujet spécifique sur lequel vous vous concentrez. C'est ce qui rend votre contenu unique et vous aide à attirer un public ciblé. Par exemple, ma niche est la richesse en ligne. Plus précisément, j'aide les femmes ambitieuses à monétiser leur Instagram grâce à des produits numériques.

POURQUOI C'EST IMPORTANT?

Lorsque vous disposez d’un créneau clair, vous attirez un public spécifique intéressé par les choses dont vous parlez et vendez. Vous créez une audience avec un intérêt élevé, il est donc beaucoup plus facile de monétiser votre contenu. Cela renforce également la crédibilité parce que vous devenez un expert dans ce domaine spécifique. Les gens commencent à vous voir comme quelqu'un de confiance et qui sait de quoi ils parlent.

Avec autant de créateurs de contenu, avoir une niche peut vous aider à vous démarquer de la foule. Cela permet aux gens de se souvenir plus facilement de vous et cela vous aide également à vous différencier des autres personnes susceptibles de créer un contenu similaire.

Limitez-le à un domaine de spécialité dans lequel vous :

- Sentez-vous vraiment excité et curieux au quotidien
- Considérez que vous êtes déjà bien informé (vous n'avez PAS besoin d'être un expert !)
- Pourrait créer un contenu sans fin autour

Par exemple, une personne passionnée par l'environnement pourrait choisir un créneau comme la vie zéro déchet, les cosmétiques ou la mode éthiques. Laissez vos passions préexistantes vous guider.

Choisir un créneau est l'une des choses les plus importantes que vous ferez pour élaborer une stratégie commerciale et de contenu de produits numériques réussie. Il détermine votre audience, les sujets de contenu et le potentiel de revenus.

LA NICHE PARFAITE :

Votre créneau doit se situer à l'intersection des choses qui vous passionnent, des choses que vous connaissez, du problème que vous résolvez pour les autres et de la demande disponible. Assurez-vous également que votre niche est rentable.



CHOISISSEZ LE CLIENT DE VOS RÊVES

Il est temps de penser à votre client de rêve (public cible). L’objectif même d’un produit numérique est de résoudre un problème au sein d’un créneau particulier et pour un public spécifique.

Il est très important de savoir exactement qui est votre public cible lorsque vous vendez des produits numériques. Pourquoi? Parce que cela vous aide à rédiger un message dans votre stratégie marketing qui se connectera directement à un public spécifique qui est plus susceptible de se convertir en client.

Commençons par identifier les caractéristiques démographiques de votre public idéal, telles que l'âge, le sexe, le lieu, l'éducation et la profession.

Réfléchissez au type de contenu et de produits numériques qui pourraient les intéresser, ainsi qu'à quelles pourraient être leurs valeurs et leurs convictions. Amusons-nous à créer votre personnalité client idéale !

Donnez-leur un nom, des traits de personnalité et une histoire qui reflète leurs caractéristiques, intérêts, comportements, besoins et désirs. Cela vous aidera à créer un message à travers votre contenu qui s'adresse directement à eux et établit une connexion avec eux.

Comme vous pouvez probablement déjà le constater, mon public cible est constitué de femmes. Mon image de marque, mon contenu et mon langage ciblent tous les femmes. Des femmes qui souhaitent créer leur propre entreprise pour subvenir aux besoins de leur famille et vivre librement, notamment.

DÉFI:

Prenez 2-3 minutes, prenez un stylo et du papier et réfléchissez. Notez tout ce que vous savez sur votre client idéal.

Voici quelques questions pour vous aider à démarrer :

- Quel est leur sexe ?
- Quel âge ont-ils?
- Où vivent-ils?
- Que font-ils?
- Quels sont leurs passe-temps ?
- Quels sont leurs objectifs ?
- Qu'ont-ils besoin de vous ?
- Comment pourraient-ils se sentir vus ou entendus ?

Une fois que vous avez déterminé ces principaux attributs client, vous avez identifié votre public cible. Devenez intimement familier avec leur monde, leurs intérêts et leurs valeurs. Cela vous permet d'adapter à la fois vos produits et votre marketing pour vous connecter avec eux !

En expliquant clairement votre pourquoi, en choisissant un créneau rentable et en comprenant les désirs de votre public, vous avez jeté les bases d'un succès commercial sans visage.

Allons-nous en!

CONSTRUISEZ VOTRE MARQUE

Ok ma fille, c'est l'une des parties les plus excitantes de la création de votre entreprise : VOTRE MARQUE !

Construire une marque personnelle vous permettra de vous démarquer de la foule. Qu’est-ce qu’une marque personnelle réellement ? Vous pouvez considérer cela comme votre réputation. C'est ce que les autres pensent de vous lorsque vous n'êtes pas devant eux.

Croyez-le ou non, la construction de votre marque va bien au-delà des couleurs et des polices. Ce que vous faites ressentir aux gens est votre marque. Ce pour quoi vous êtes connu, c’est votre marque. Votre moi authentique et unique est votre marque. Votre histoire est votre marque. VOTRE ÉNERGIE EST VOTRE MARQUE !

Pour votre marque, vous souhaiterez considérer des éléments tels que :

- **Le « ton » de votre message (c'est-à-dire sérieux, décontracté, drôle, impertinent, professionnel, inspirant, authentique, etc.)**

- **Le style de vos produits et de vos réseaux sociaux (c'est-à-dire féminin, moderne, minimal, luxueux, audacieux, lumineux, maussade, etc.)**

- **Les valeurs que vous communiquez dans votre contenu et votre prise de décision (c'est-à-dire l'ambition, la gratitude, la famille, la réussite, la motivation, la liberté, l'aventure, la joie, etc.)**

- **Votre « histoire de marque » (c'est-à-dire votre histoire personnelle ou des parties de votre parcours qui trouveront un écho auprès de votre public cible)**

Commencez à collecter des captures d'écran des flux ou du contenu Instagram d'autres personnes qui représentent le mieux votre style personnel et l'apparence que vous souhaitez obtenir avec votre entreprise.

Faites attention aux polices, aux couleurs et même à la disposition des biographies des autres !

Ces captures d'écran peuvent être collectées dans un album photo. Croyez-moi, ils vous seront utiles lorsque vous créerez votre propre profil Instagram où vous générerez du trafic vers votre produit numérique !

CONSEIL RAPIDE:

Pinterest peut être un excellent endroit pour trouver l'inspiration en matière de couleurs ! Vous pouvez simplement taper « Palette de couleurs Instagram » dans la barre de recherche et parcourir les photos qui apparaissent. Mais n'oubliez pas : parfois, moins c'est plus ! Vous ne voulez pas trop de couleurs.



ÉLÉMENTS DE MARQUE PERSONNELLE

IDENTITÉ VISUELLE

Votre identité visuelle va de votre photo de profil aux polices et couleurs que vous utilisez dans votre contenu. Lorsque vous disposez d'une identité visuelle cohérente, cela peut rendre votre marque plus mémorable et reconnaissable auprès de votre public.

TON DE LA VOIX

Votre ton de voix est la façon dont vous vous exprimez à travers vos mots, tant écrits qu'oraux. Il ne s'agit pas seulement des mots que vous utilisez, mais aussi de votre choix d'émojis, de structure de phrase et même de ponctuation. Tous ces éléments contribuent à la manière dont votre marque communique avec votre public.

COHÉRENCE

L'image de marque est une question de cohérence. Assurez-vous que votre contenu, votre identité visuelle et votre ton de voix sont cohérents sur toutes vos plateformes et magasins de médias sociaux. Assurez-vous également de respecter votre calendrier de publication afin de ne pas décevoir votre public !

ENGAGEMENTS

Si vous souhaitez créer une communauté forte autour de votre marque personnelle, il est important de dialoguer régulièrement avec vos abonnés. Qu'il s'agisse de répondre aux commentaires et aux messages ou de créer des opportunités pour vos abonnés d'interagir avec vous et entre eux.



CHAPITRE DEUX

OPTIMISER VOTRE PROFIL

NOMMEZ VOTRE PAGE

Lorsqu'il s'agira de nommer votre page, vous devrez réfléchir à la manière la plus claire et la plus simple de communiquer ce que vous proposez à votre public cible.

Si vous créez une page sans visage : Vous souhaitez avoir le thème DANS LE NOM. Par exemple, TheRichGirlsEra. car lorsque les gens recherchent le mot RICHE sur Instagram, il est susceptible d'apparaître.

Si vous démarrez une nouvelle page pour VOTRE ENTREPRISE, choisissez le nom de l'entreprise OU votre nom. Vous voulez éviter d'avoir à changer de nom en cours de route et vous ne savez jamais comment votre entreprise pourrait évoluer, alors ne choisissez pas un nom qui vous restreint trop, comme « activités annexes » ou « produits numériques ».

RAPPEL

Choisissez votre propre marque personnelle, veuillez ne pas copier la mienne ou celle d'autres. C'est ici que VOTRE personnalité et vos passions prennent vie – alors soyez original !

CRÉEZ VOTRE PERSONNAGE SANS VISAGE

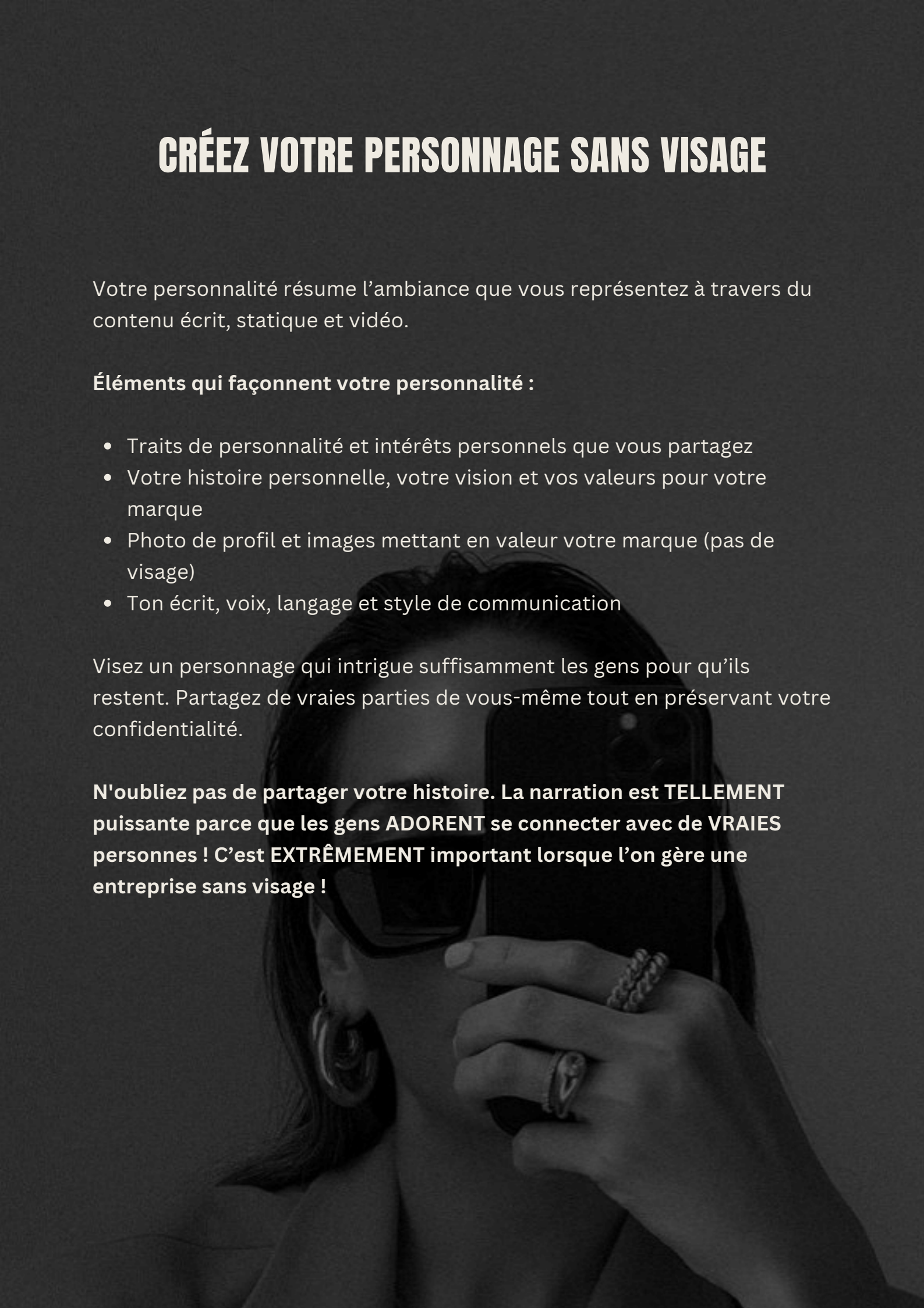
Votre personnalité résume l'ambiance que vous représentez à travers du contenu écrit, statique et vidéo.

Éléments qui façonnent votre personnalité :

- Traits de personnalité et intérêts personnels que vous partagez
- Votre histoire personnelle, votre vision et vos valeurs pour votre marque
- Photo de profil et images mettant en valeur votre marque (pas de visage)
- Ton écrit, voix, langage et style de communication

Visez un personnage qui intrigue suffisamment les gens pour qu'ils restent. Partagez de vraies parties de vous-même tout en préservant votre confidentialité.

N'oubliez pas de partager votre histoire. La narration est TELLEMENT puissante parce que les gens ADORENT se connecter avec de VRAIES personnes ! C'est EXTRÊMEMENT important lorsque l'on gère une entreprise sans visage !





CHAPITRE TROIS
MONÉTISEZ VOTRE PAGE SANS VISAGE

Maintenant que vous avez créé les bases de votre entreprise, il est temps de monétiser votre page Instagram sans visage.

Il existe plusieurs façons de procéder, mais dans ce Playbook, nous aborderons la monétisation avec les produits numériques.

Les produits numériques sont le meilleur moyen de monétiser votre compte sur les réseaux sociaux.

Ils sont extrêmement rentables, ne nécessitent aucun inventaire ni aucune expédition et offrent d'excellentes marges bénéficiaires, ce qui en fait un moyen extrêmement rentable de gagner de l'argent en ligne.

Cependant, avant de créer un produit numérique, vous devez d'abord vous assurer qu'il est même très demandé.

ÉTUDE DE MARCHÉ

La clé principale du succès dans la création de produits numériques réside dans le problème que vous résolvez pour votre public. Vous devez créer un produit numérique qui offre une solution à leurs problèmes.

Mais comment trouver le problème que vous résolvez ? Il existe plusieurs façons de définir le problème avec lequel votre public cible est aux prises, et vous le faites par le biais d'études de marché. Sur la page suivante, vous découvrirez comment réaliser votre propre étude de marché.



RECHERCHE DE MOTS CLÉS :
Utilisez des outils de recherche de mots clés comme Wordstream ou Answer The Public pour découvrir ce que les gens recherchent dans votre niche. Recherchez des mots-clés à volume de recherche élevé (environ 20 000+) liés aux problèmes et aux défis auxquels votre public cible est confronté.

RÉSEAUX SOCIAUX:
L'examen des commentaires sur les publications Facebook ou Instagram liés à votre niche peut être un excellent moyen de comprendre les difficultés et les points faibles de votre public. En lisant les commentaires, vous pouvez mieux comprendre les expériences, les opinions et les frustrations de votre public. Vous pouvez voir quel genre de questions ils posent, à quels problèmes ils sont confrontés et quelles solutions ils recherchent.

ENQUÊTES ET SONDAGES :
Contactez votre public existant avec des enquêtes et des sondages pour recueillir des informations. Posez des questions sur leurs difficultés, leurs problèmes et leurs défis. Cela vous donnera un aperçu de leurs besoins et vous aidera à adapter votre produit numérique à leurs intérêts.

FORUM DE DISCUSSION :
Parcourez les forums et les communautés en ligne liés à votre niche pour voir de quoi les gens discutent. Recherchez des sujets liés aux problèmes et aux défis auxquels votre public est confronté. Astuce : Reddit est un excellent outil pour commencer !

EXPÉRIENCE PERSONNELLE:
Il y a de fortes chances que vous ayez vécu les difficultés et les problèmes de votre public cible. Utilisez ces connaissances pour créer un produit numérique qui les intéresse. Utilisez votre propre histoire et vos propres idées pour établir une connexion via votre produit numérique.

BON CONSEIL :

Utilisez Chat GPT et les invites ci-dessous pour générer plus d'idées :

- **Quelles sont les 10 questions les plus recherchées sur (votre niche) ?**
- **Qui sont les 10 influenceurs en ligne dans (votre niche) ? Veuillez inclure leur site Web et le domaine d'expertise qu'ils couvrent.**
- **Quels types d'offres d'apprentissage numérique proposent d'autres experts dans (votre niche) ? Fournissez-moi 10 sujets spécifiques qu'ils abordent dans leurs produits numériques.**

FLUX DE MOTS

Wordstream est un moyen simple et excellent de découvrir à quel point vos idées sont rentables. Vous pouvez commencer à rechercher des mots-clés pour vos idées de produits numériques !

Ici, vous pouvez découvrir à quel point le problème que vous essayez de résoudre est courant, en voyant combien de personnes le recherchent sur les moteurs de recherche chaque mois !

Compilez une liste de mots-clés que vous pensez que votre public cible dans votre niche rechercherait et saisissez-les dans Wordstream. Vous souhaitez viser un minimum de 20 000 recherches pour chaque mot-clé. Assurez-vous de noter ces mots-clés !

Voici un exemple utilisant les mots-clés « perte de poids céto » :

Keywords	Monthly search volume
keto diet program	49,500
ketogenic diet program	49,500
keto diet for weight loss	14,800

Je veux que vous utilisiez le créneau que vous avez choisi et UNE question dans ce créneau à laquelle vous souhaitez répondre. C'est le problème que vous allez résoudre avec votre produit numérique ! À terme, vous pourrez créer des produits numériques supplémentaires qui répondent à d'autres questions, mais commençons par une seule.

Quelques exemples de produits numériques qui résolvent un problème pour leur niche :

- Guide Comment démarrer une entreprise de photographie
- Comment faire l'école à la maison
- Comment budgétiser et planifier financièrement en 2024
- Atelier de pleine conscience
- Webinaire sur la nutrition et la gestion du poids
- Feuilles de travail de suivi de la condition physique
- Feuille de travail de planification des médias sociaux

CONSEIL DE PRO : Portez une attention particulière aux autres problèmes et points faibles que vos clients vous expriment lorsqu'ils résolvent un problème avec votre premier produit numérique.

Notez-les ! Ces conversations vous donneront des idées pour votre PROCHAIN produit numérique (et croyez-moi quand je dis, les idées ne cesseront de couler) !



PRODUITS NUMÉRIQUES DFY

N’oubliez pas que vous pouvez personnaliser ce Playbook sur Canva et le vendre également comme le vôtre ! Cependant, je veux que vous sachiez comment créer votre propre produit numérique DFY ! Alors allons droit au but.

Tout d'abord, vous avez DEUX options : achetez un produit numérique DFY sur Etsy ou Creative Market, OU créez vous-même un produit numérique DFY à l'aide des modèles GRATUITS de Canva !

ETSY/MARCHÉ CRÉATIF :

- Accédez à Etsy ou Creative Market et recherchez « PLR » ou « droits de marque privée ».
- Recherchez tous les produits numériques PLR (Private Label Rights) qui correspondent à vous, à votre étude de marché et au problème que vous souhaitez résoudre pour les gens.
- Une fois que vous avez choisi un produit numérique DPP, rédigez une déclaration « J'aide ». Cela vous aidera à clarifier le message de votre marque et de votre produit numérique.

Exemples:
« J’aide les mamans occupées avec des idées de repas scolaires sains qui ne prennent pas plus de 10 minutes de leur journée ! »

« J'aide les mères au foyer à créer un revenu passif grâce aux produits numériques !

MODÈLE CANVA GRATUIT :

1. **Aller sur CANVA**
2. Tapez le type de modèle que vous recherchez, comme « planificateur », « liste de contrôle », « livre électronique », « calendriers », etc. dans la barre de recherche.
3. Il y a une tonne de belles esthétiques parmi lesquelles choisir ! Saisissez simplement votre contenu et votre image de marque, personnalisez-le comme le vôtre et enregistrez-le sous forme de document PDF, et voilà ! Vous avez créé votre propre produit numérique !

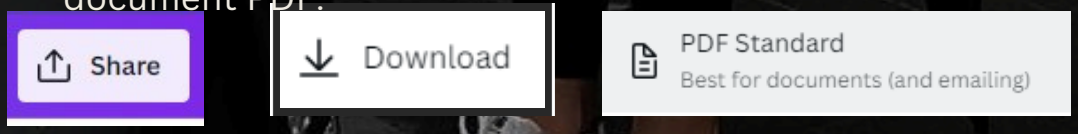
REMARQUE : si vous utilisez l'un des modèles gratuits de Canva, assurez-vous de le personnaliser avant de le vendre - consultez leur politique ICI pour plus de précisions.

PERSONNALISATION/ENREGISTREMENT DE VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE :

1 Ouvrez votre produit numérique DPP sur Canva.

2 Personnalisez les couleurs et les polices selon votre marque et votre style. Vous pouvez même ajouter ou soustraire du texte – c'est entièrement votre choix. Vous êtes nouveau sur Canva ? Cliquez ICI pour un tutoriel GRATUIT !

3 Une fois que vous êtes satisfait du produit final, enregistrez votre produit numérique sous forme de document PDF.

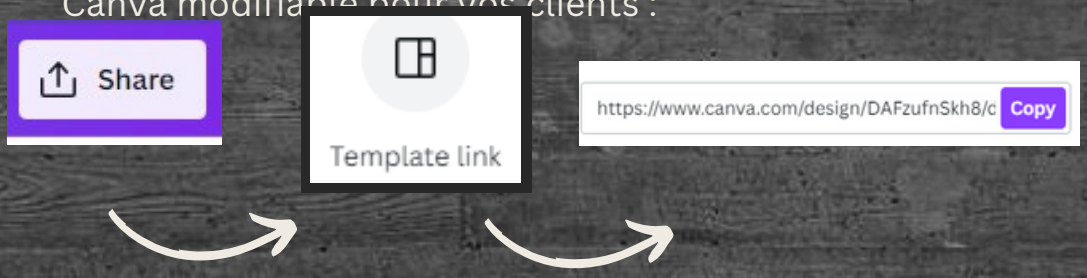


REVENTE AVEC DROITS DE REVENTE

4

CETTE ÉTAPE S'APPLIQUE UNIQUEMENT À LA REVENTE DE CE PLAYBOOK :

Comme mon Playbook est assorti de droits de revente complets, vous avez la possibilité de le revendre avec des droits de revente à vos propres clients. Pour leur fournir un lien Canva modifiable (tout comme je vous ai fourni votre achat afin que vous puissiez le modifier), suivez ces étapes pour obtenir votre propre lien Canva modifiable pour vos clients :



REMARQUE : Ce lien sera fourni à vos clients dans l'e-mail de confirmation accompagnant leur achat de votre produit numérique DFY. Nous y reviendrons plus tard !



CHAPITRE QUATRE

OBJECTIFS DE PRIX ET DE REVENUS

FIXER LE PRIX DE VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE

Tout d'abord, je tiens à vous informer qu'il n'existe pas de « juste prix ». Cependant, au début, c'est une bonne idée d'avoir un produit moins cher, dont le prix se situe entre 30 $ et 100 $.

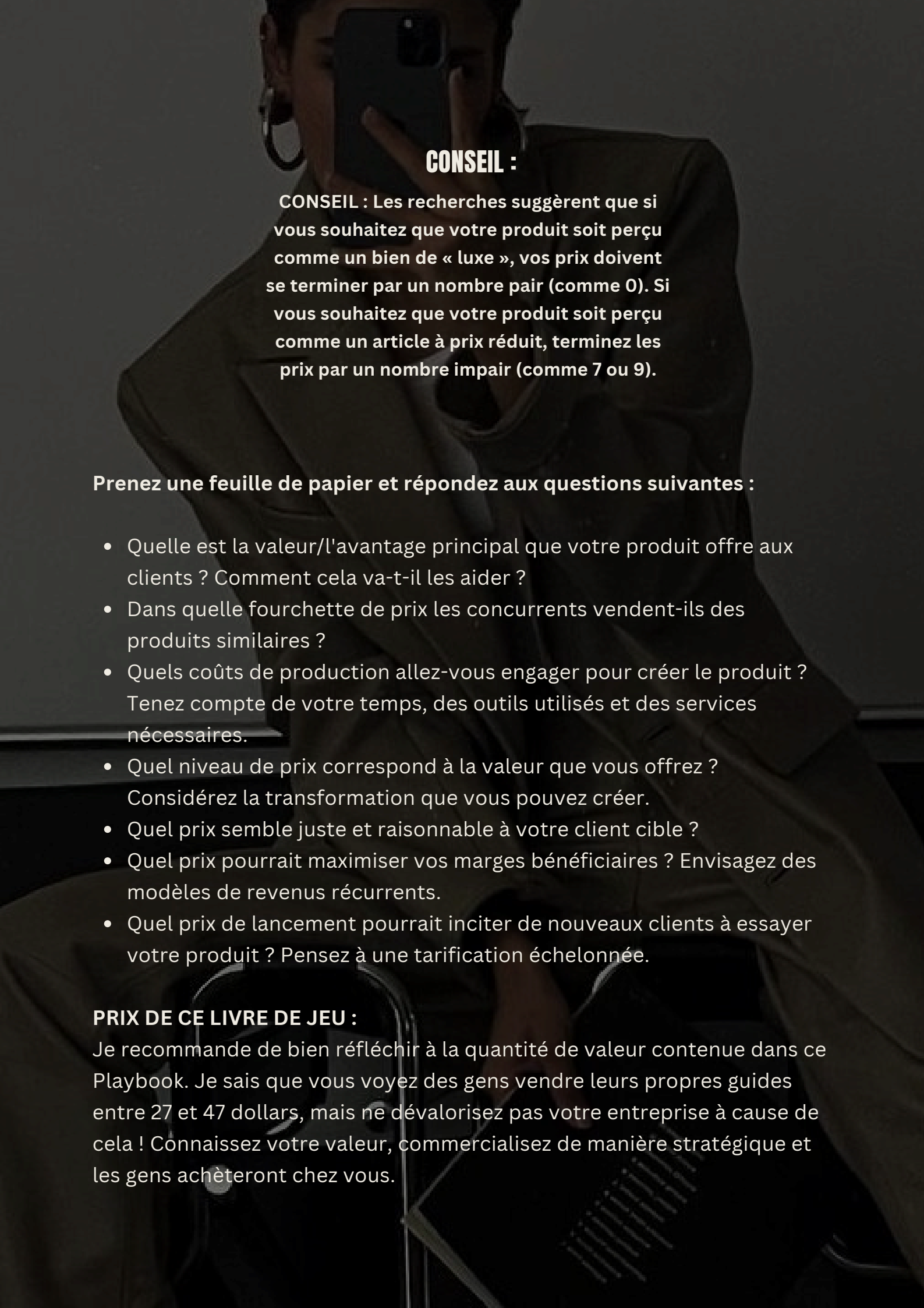
Vous pouvez toujours augmenter ce prix à mesure que votre expertise et votre audience grandissent, mais juste pour vous familiariser, commencer à ce prix est un bon début !

MODÈLES DE TARIFICATION POPULAIRES

- **Billet bas – 10 $ à 50 $. Un volume de ventes plus élevé est nécessaire mais une barrière à l'achat plus faible.**
- **Billet moyen – 100 $ à 500 $. Équilibre de la marge bénéficiaire et vente plus facile qu'un ticket élevé.**
- **Billet élevé – 1 000 $+. Maximise le bénéfice par vente mais réduit la clientèle.**

En ce moment, je veux que vous réfléchissiez au prix auquel vous vous sentiriez le plus à l'aise de vendre, car cela vous aidera à atteindre vos objectifs de revenus !

N'oubliez pas non plus de commencer par servir votre public, car c'est ce qui fera de vous un client FIDÈLE.



CONSEIL :

CONSEIL : Les recherches suggèrent que si vous souhaitez que votre produit soit perçu comme un bien de « luxe », vos prix doivent se terminer par un nombre pair (comme 0). Si vous souhaitez que votre produit soit perçu comme un article à prix réduit, terminez les prix par un nombre impair (comme 7 ou 9).

Prenez une feuille de papier et répondez aux questions suivantes :

- Quelle est la valeur/l'avantage principal que votre produit offre aux clients ? Comment cela va-t-il les aider ?
- Dans quelle fourchette de prix les concurrents vendent-ils des produits similaires ?
- Quels coûts de production allez-vous engager pour créer le produit ? Tenez compte de votre temps, des outils utilisés et des services nécessaires.
- Quel niveau de prix correspond à la valeur que vous offrez ? Considérez la transformation que vous pouvez créer.
- Quel prix semble juste et raisonnable à votre client cible ?
- Quel prix pourrait maximiser vos marges bénéficiaires ? Envisagez des modèles de revenus récurrents.
- Quel prix de lancement pourrait inciter de nouveaux clients à essayer votre produit ? Pensez à une tarification échelonnée.

PRIX DE CE LIVRE DE JEU :
Je recommande de bien réfléchir à la quantité de valeur contenue dans ce Playbook. Je sais que vous voyez des gens vendre leurs propres guides entre 27 et 47 dollars, mais ne dévalorisez pas votre entreprise à cause de cela ! Connaissez votre valeur, commercialisez de manière stratégique et les gens achèteront chez vous.

VOS OBJECTIFS DE REVENUS

Maintenant que vous avez décidé de votre tarif, parlons des objectifs de revenus !

Pensez au revenu mensuel que vous aimeriez gagner au moment MARQUE DE 12 MOIS pour démarrer votre entreprise.

Pour simplifier les choses avec la répartition mathématique, disons que votre objectif est de 100 000 $/mois.

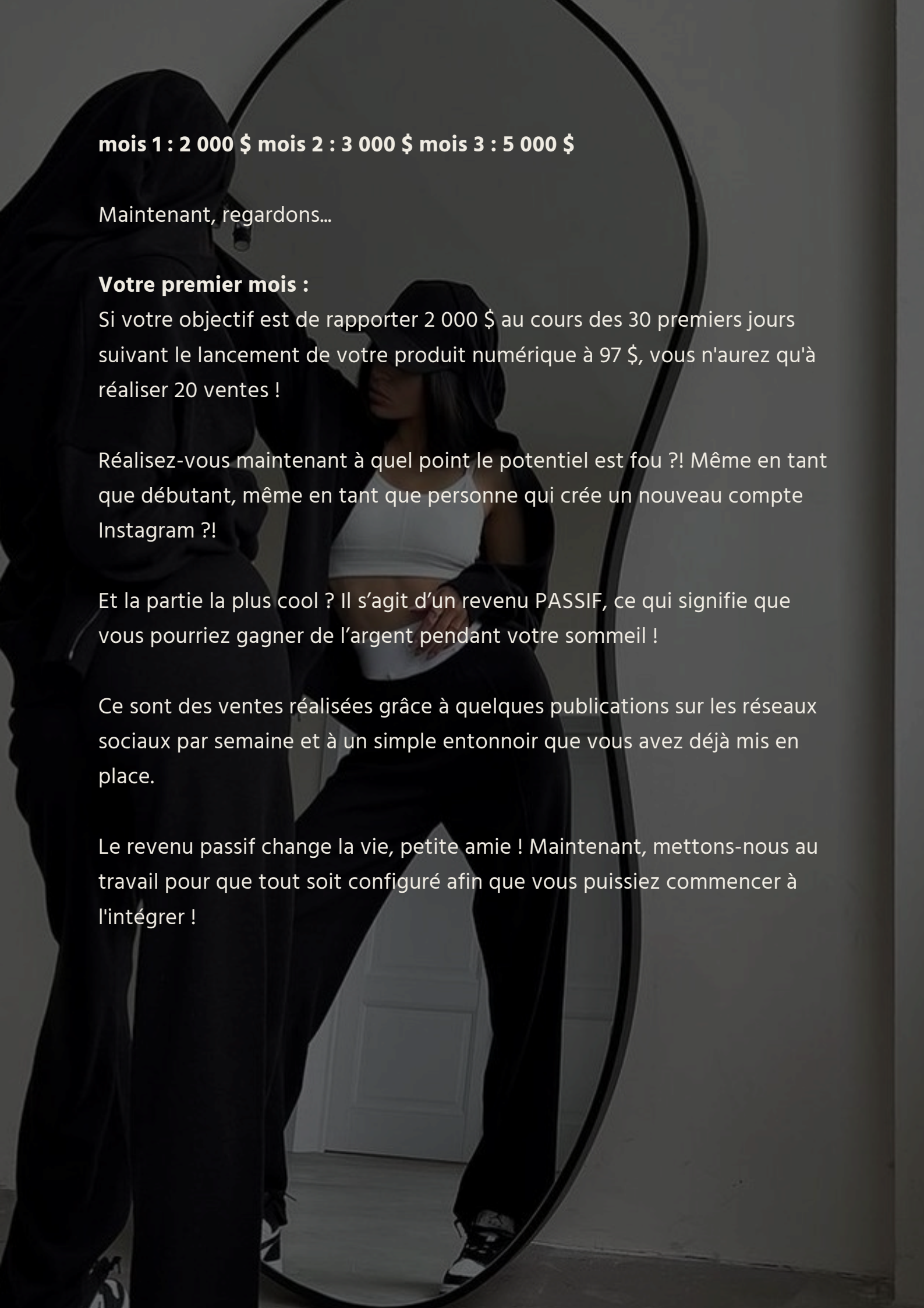
Maintenant, prenez ce nombre et divisez-le en quatre quarts comme ceci :

1er trimestre : 10 000 $
2ème trimestre : 20 000 $
3ème trimestre : 30 000 $
4ème trimestre : 40 000 $

Voyez-vous comment à chaque trimestre, cela augmente progressivement ? C’est parce que c’est ce que vivent généralement les entreprises ! Ils commencent à rapporter une plus petite quantité, et avec de la cohérence, du temps et des efforts, cela s'aggrave !

Votre premier trimestre :
Regardons votre premier trimestre (vos 3 premiers mois après le lancement)...

Si l’objectif est de 10 000 $, ces trois premiers mois pourraient ressembler à ceci :



mois 1 : 2 000 $ mois 2 : 3 000 $ mois 3 : 5 000 $

Maintenant, regardons...

Votre premier mois :
Si votre objectif est de rapporter 2 000 $ au cours des 30 premiers jours suivant le lancement de votre produit numérique à 97 $, vous n'aurez qu'à réaliser 20 ventes !

Réalisez-vous maintenant à quel point le potentiel est fou ?! Même en tant que débutant, même en tant que personne qui crée un nouveau compte Instagram ?!

Et la partie la plus cool ? Il s'agit d'un revenu PASSIF, ce qui signifie que vous pourriez gagner de l'argent pendant votre sommeil !

Ce sont des ventes réalisées grâce à quelques publications sur les réseaux sociaux par semaine et à un simple entonnoir que vous avez déjà mis en place.

Le revenu passif change la vie, petite amie ! Maintenant, mettons-nous au travail pour que tout soit configuré afin que vous puissiez commencer à l'intégrer !

CHAPITRE CINQ
VOTRE FREEBIE



Vendre des produits numériques, c'est bien, mais nous devons commencer à automatiser votre entreprise (afin que vous puissiez gagner de l'argent pendant que vous dormez !). L’une des façons d’y parvenir est d’offrir un cadeau à notre public.

Un cadeau (ou lead magnet) est une incitation que vous offrez à votre public cible en échange de son adresse e-mail. Il existe de nombreux types de cadeaux que vous pouvez offrir. Un mini guide, un listicle, un eBook, un mini cours, pour n'en nommer que quelques-uns.

exemple de cadeau



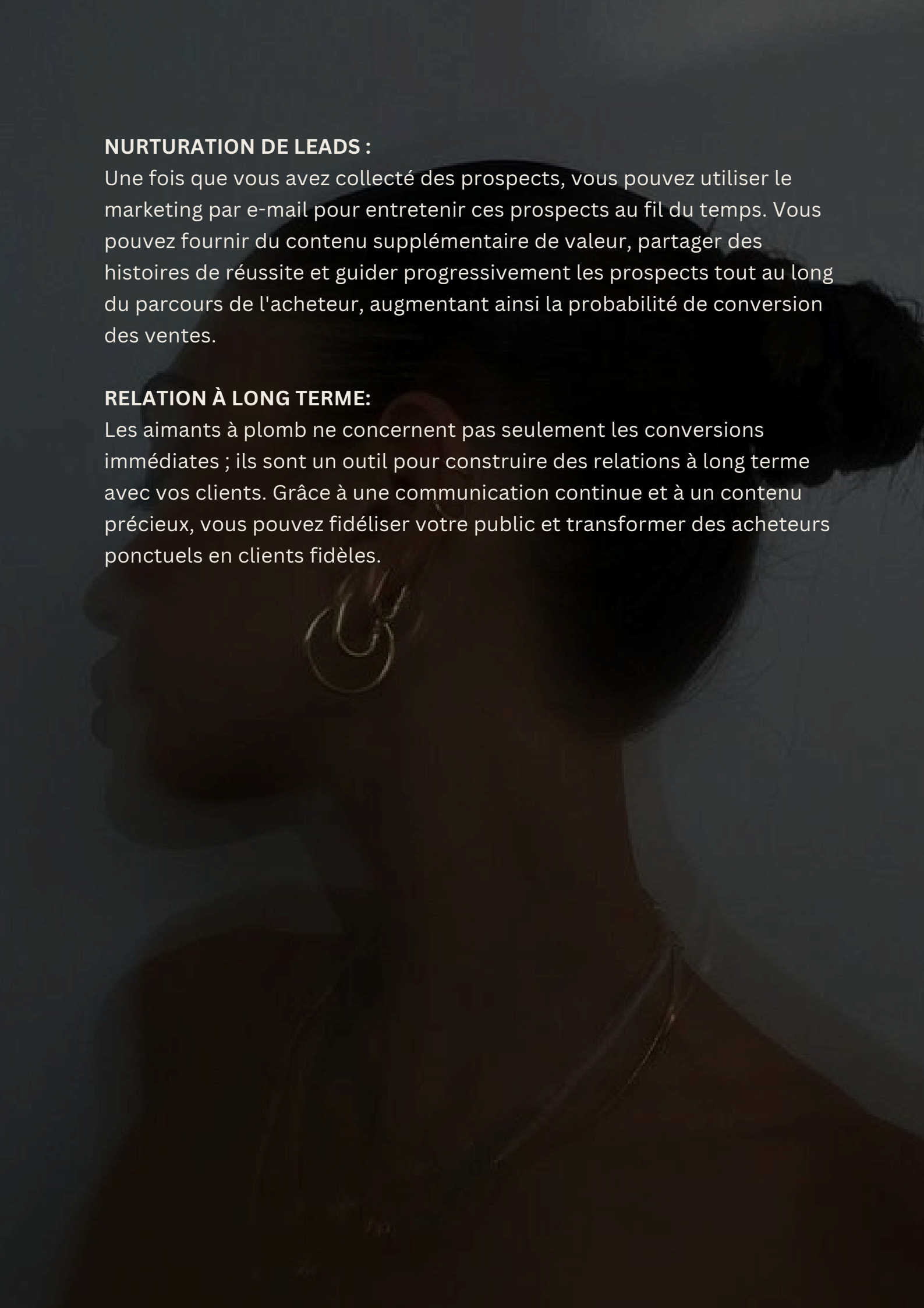
Voici pourquoi offrir un cadeau est important :

CONSTRUCTION DE LISTE :
Un cadeau est un excellent moyen d'élargir votre liste de diffusion (nous reviendrons davantage sur le marketing par e-mail plus tard). Toute personne qui s'inscrit à votre liste de diffusion est appelée un « prospect ». Avoir une liste de diffusion vous permet d'atteindre directement votre public, de nourrir des prospects et de les convertir en clients payants au fil du temps.

CONFIANCE ET AUTORITÉ :
Fournir un contenu de valeur via un billet de faveur établit la confiance et positionne votre marque comme une autorité dans votre secteur. Lorsque les gens voient que vous êtes prêt à partager des informations précieuses sans vente immédiate, ils sont plus susceptibles de faire confiance à vos futures recommandations et offres.

SÉCURITÉ:
Dans le cas où (je touche du bois) votre compte de réseau social devait être suspendu ou banni, disposer d'une liste de diffusion garantit que votre audience (ou votre entreprise) ne sera pas complètement perdue !

AUTOMATISATION DES ENTREPRISES :
Développer une liste de diffusion et du marketing par e-mail est la manière CLÉ pour votre entreprise de produits numériques de fonctionner en pilote automatique. C'est ce qui vous permettra de réaliser des ventes pendant que vous dormez ou que vous sortez en famille !



NURTURATION DE LEADS :
Une fois que vous avez collecté des prospects, vous pouvez utiliser le marketing par e-mail pour entretenir ces prospects au fil du temps. Vous pouvez fournir du contenu supplémentaire de valeur, partager des histoires de réussite et guider progressivement les prospects tout au long du parcours de l'acheteur, augmentant ainsi la probabilité de conversion des ventes.

RELATION À LONG TERME:
Les aimants à plomb ne concernent pas seulement les conversions immédiates ; ils sont un outil pour construire des relations à long terme avec vos clients. Grâce à une communication continue et à un contenu précieux, vous pouvez fidéliser votre public et transformer des acheteurs ponctuels en clients fidèles.

CRÉEZ VOTRE BILLET DE FAVEUR

Il est important que votre cadeau soit directement lié à votre produit numérique payant. Votre cadeau donnera à votre client idéal un aperçu de la valeur qu'il recevra de votre offre payante. Donnez-leur un avant-goût, mais pas la bouchée entière !

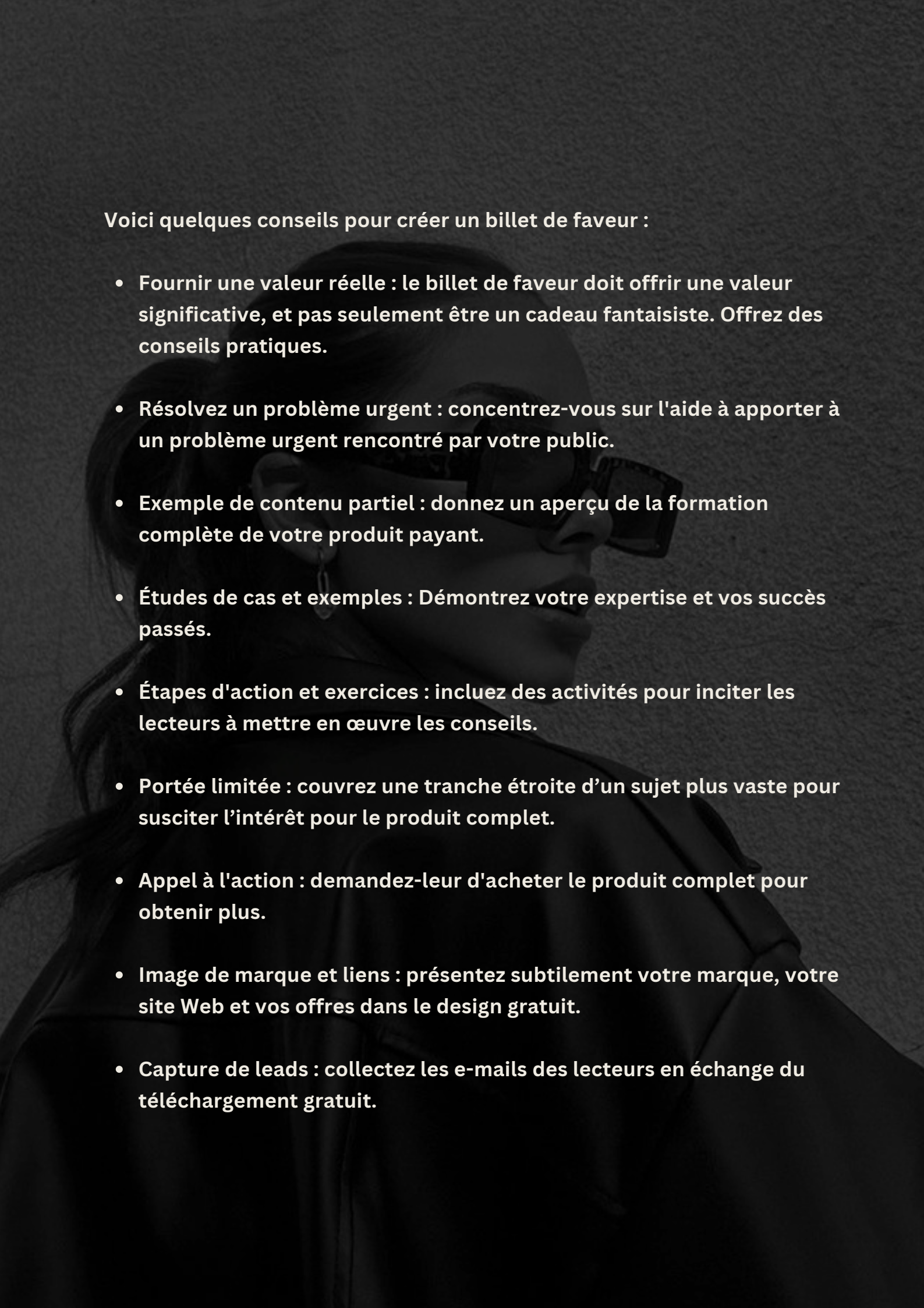
Un billet de faveur fournit une solution à un problème. Pour inciter votre public cible à télécharger votre billet de faveur, vous devez lui proposer une solution à un problème avec lequel il est aux prises. Oh, et assurez-vous qu'il a de la valeur ! Vous ne voulez pas offrir quelque chose pour lequel PERSONNE n’accepterait !

TYPES DE FREEBIES :

- Webinaire/mini-cours
- Mini-guide ou ebook
- Modèles
- Listes de contrôle/listicules
- Courtes vidéos de formation

BESOIN D'INSPO ?

Recherchez ce que d'autres personnes de votre niche proposent comme cadeaux en vous inscrivant à leurs listes de diffusion. N'oubliez pas de ne pas les copier, utilisez-les simplement comme guide !



Voici quelques conseils pour créer un billet de faveur :

- Fournir une valeur réelle : le billet de faveur doit offrir une valeur significative, et pas seulement être un cadeau fantaisiste. Offrez des conseils pratiques.
- Résolvez un problème urgent : concentrez-vous sur l'aide à apporter à un problème urgent rencontré par votre public.
- Exemple de contenu partiel : donnez un aperçu de la formation complète de votre produit payant.
- Études de cas et exemples : Démontrez votre expertise et vos succès passés.
- Étapes d'action et exercices : incluez des activités pour inciter les lecteurs à mettre en œuvre les conseils.
- Portée limitée : couvrez une tranche étroite d’un sujet plus vaste pour susciter l’intérêt pour le produit complet.
- Appel à l'action : demandez-leur d'acheter le produit complet pour obtenir plus.
- Image de marque et liens : présentez subtilement votre marque, votre site Web et vos offres dans le design gratuit.
- Capture de leads : collectez les e-mails des lecteurs en échange du téléchargement gratuit.

CHAPITRE SIX

CONFIGURER STANSTORE



Ok, patronne, maintenant nous avons besoin d'un endroit pour gérer toute votre entreprise !

Créer une boutique en ligne pour vendre vos produits numériques n'a jamais été aussi simple... grâce à Stan Store ! Stan Store est votre guichet unique et c'est là que seront diffusées vos offres numériques (vos cadeaux, produits numériques, e-mails) ! Votre public peut simplement cliquer sur le lien Stan Store dans votre bio, acheter vos produits numériques et les recevoir directement dans leur boîte de réception !

Vous pouvez choisir parmi d'autres options, cependant, Stan Store est sans conteste ma plateforme préférée pour vendre mes produits numériques ! Je dirige toute mon entreprise de produits numériques ici, et c'est SUPER convivial pour les débutants.

Il y a aussi tellement d'autres choses que vous pouvez faire avec Stan Store, comme héberger des liens d'affiliation, créer des cours, du marketing par e-mail, planifier des appels Zoom et bien plus encore !

VEUILLEZ NOTER:
Vous pouvez vous inscrire avec leur plan Creator de base à 29 $/mois ou le plan Creator Pro à 99 $/mois. Le plan Creator Pro est ce que j'utilise, car il permet d'accéder à TOUTES leurs fonctionnalités, en particulier leurs fonctionnalités de marketing par e-mail et de création d'entonnoirs.

Dans les prochaines pages, je vais vous expliquer comment tout configurer.

ESSAI GRATUIT DU MAGASIN STAN

CONFIGUREZ VOTRE BOUTIQUE STAN

LA PREMIÈRE ÉTAPE:

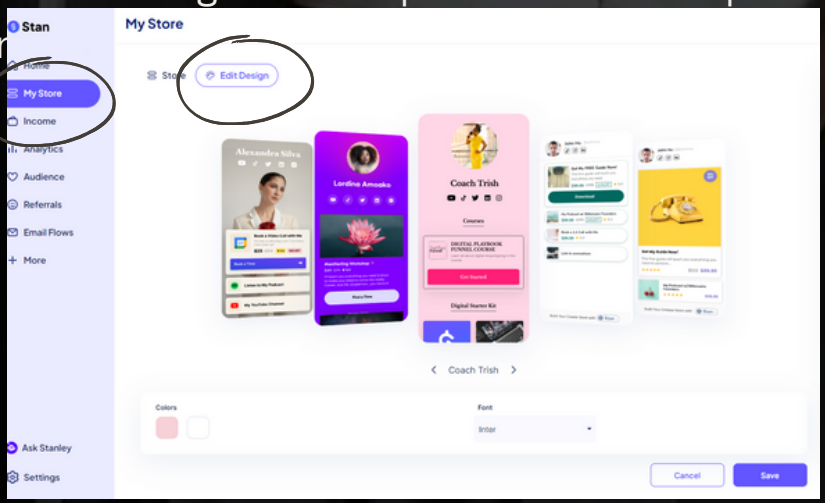
Utilisez CE LIEN pour créer votre compte et bénéficier d'un essai GRATUIT de 14 jours (veuillez noter que si vous passez par le site Web habituel, vous n'obtiendrez pas l'essai GRATUIT) ! Regardez cette vidéo pour savoir comment configurer.
CONSEIL : Personnalisez-le aux couleurs de votre marque !

DEUXIÈME ÉTAPE :

Parcourez cette section « Mise en route » pour vous assurer que vous êtes configuré correctement ! Regardez CETTE VIDÉO si vous avez besoin de conseils supplémentaires pour la configuration.

TROISIÈME ÉTAPE:

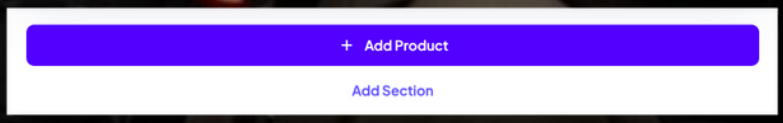
Allez dans « Ma boutique », puis « Modifier le design ». Ici, vous pouvez choisir la mise en page que vous souhaitez pour votre vitrine. Vous pouvez également choisir les couleurs de votre marque pour votre magasin Stan pour une esthétique commerciale plus cohérer



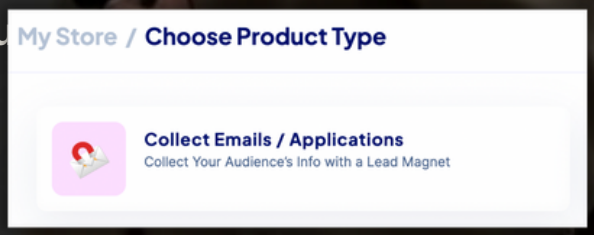
INSCRIVEZ VOTRE CADEAU SUR STAN STORE

Si vous utilisez la boutique Stan, suivez ces étapes :

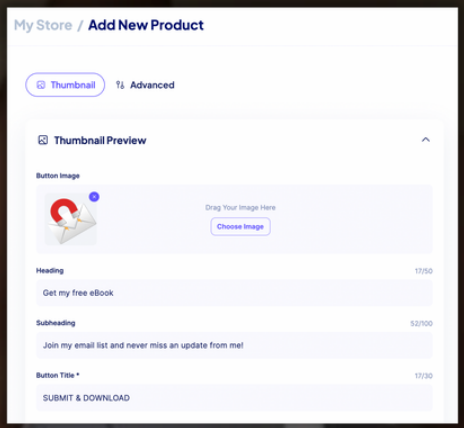
1. Accédez à votre compte Stan Store et cliquez sur « + Ajouter un produit ».



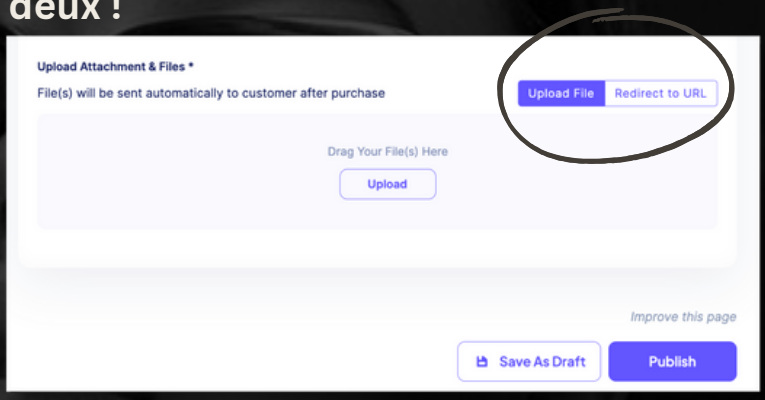
2. Cliquez sur l'option « Collecter les e-mails/applications ». C'est UNIQUEMENT pou



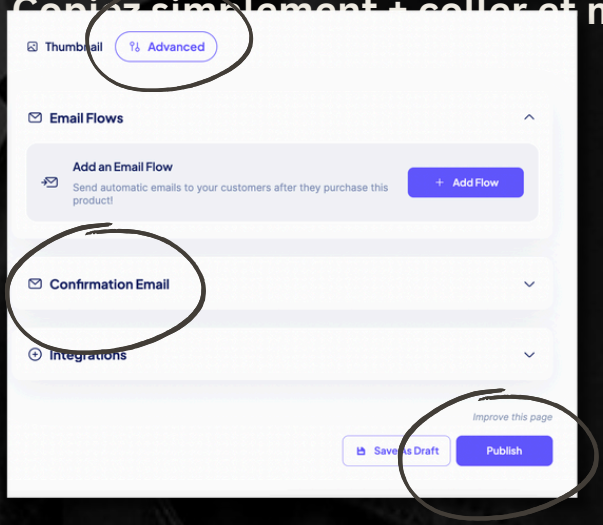
3. Téléchargez votre photo gratuite, votre titre, votre description et toute information supplémentaire souhaitée. Restez simpliste !



4. Téléchargez votre FREEBIE en tant que produit numérique ou lien de redirection. Veuillez noter que vous ne pouvez télécharger que des fichiers PDF ou un lien de redirection. Vous NE POUVEZ PAS faire les deux !



5. Cliquez sur "Avancé" en haut et ici vous pouvez ajouter votre e-mail de confirmation (j'ai déjà fait le travail pour vous - gardez un œil sur mon modèle de confirmation de cadeau BONUS que j'ai inclus à l'avance ! Copiez simplement + coller et modifier !)

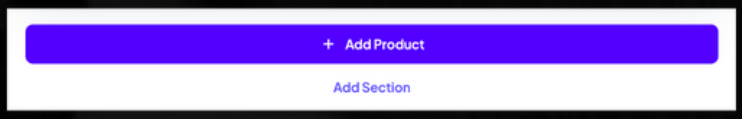


6. Cliquez ensuite sur « Publier ».

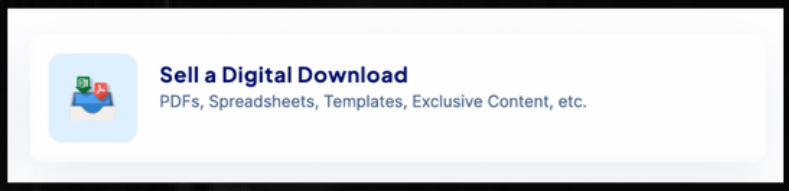
RÉPERTORIEZ VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE SUR STAN STORE

Si vous utilisez la boutique Stan, suivez ces étapes pour répertorier votre produit numérique :

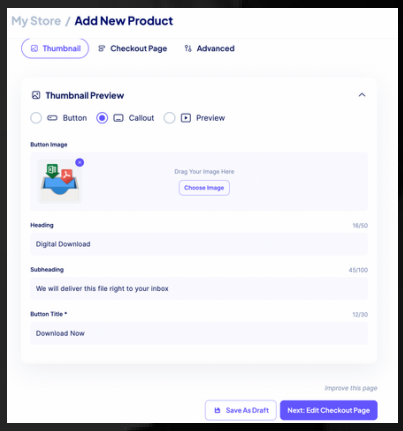
1. Accédez à votre compte Stan Store et cliquez sur « + Ajouter un produit ».



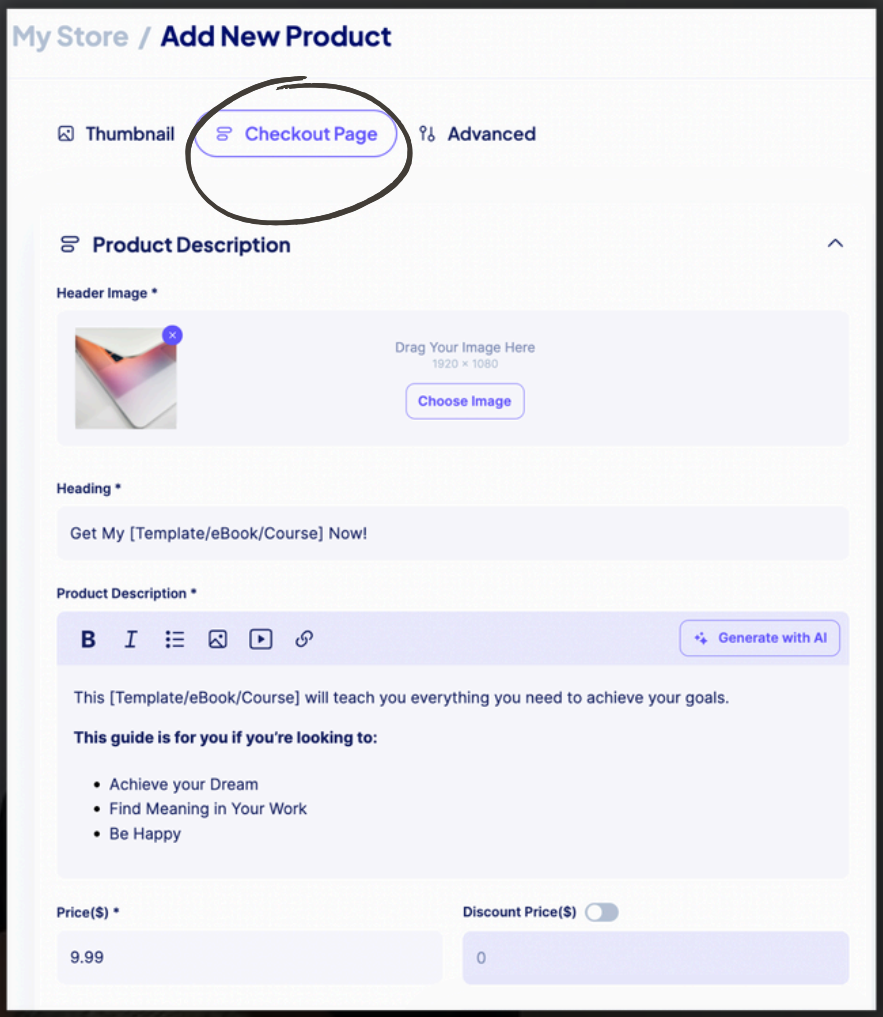
2. Cliquez sur l'option « Vendre un téléchargement numérique ». Ceci UNIQUEMENT pour les produits numériques, pas pour votre cadeau.



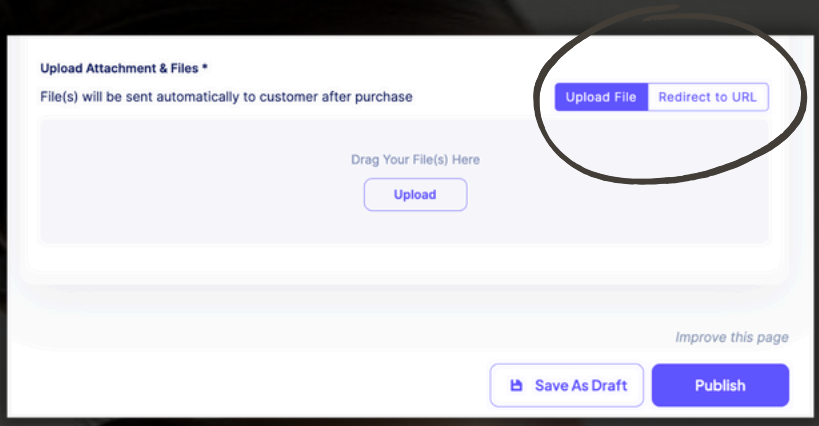
3. Téléchargez la photo numérique de votre produit, le titre, une brève description + un bouton d'appel à l'action. Exemples : CLIQUEZ ICI, ACHETEZ MAINTENANT, EN SAVOIR PLUS, OUI S'IL VOUS PLAÎT !



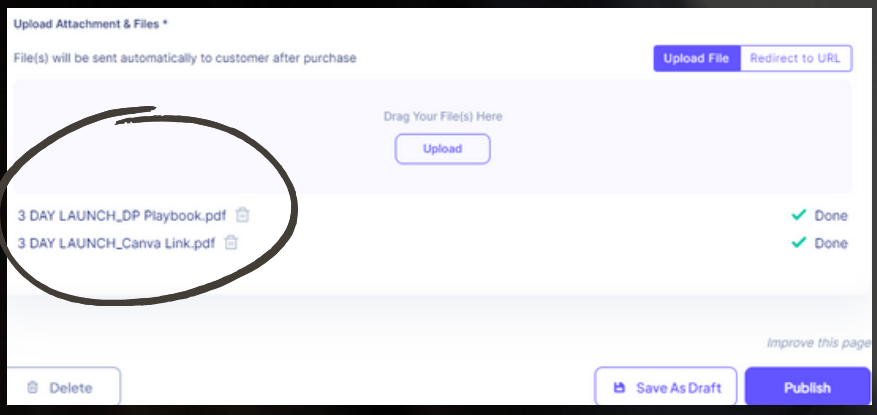
4. Accédez à la « Page de paiement », ajoutez votre « Image d'en-tête », Titre, + description du produit. N'oubliez pas que vous VOULEZ entrer plus en détail avec une offre payante, présenter des résultats de cas, des témoignages, tout ce qui montre une preuve sociale !



5. Téléchargez votre produit numérique EN TANT QUE produit numérique OU un lien MODÈLE de redirection depuis CANVA. Veuillez noter que vous ne pouvez télécharger que des fichiers PDF OU un lien de redirection, vous NE POUVEZ PAS faire les deux ! Cliquez sur « Publier ».



Vous l'aurez remarqué avec le mien, j'ai téléchargé la version PDF du Playbook sous forme de fichier PDF et j'ai également créé un document PDF « Merci » dans CANVA avec le LIEN de modèle Canva de produit numérique pour que mon client puisse y accéder s'il souhaite personnaliser et vends ce modèle !

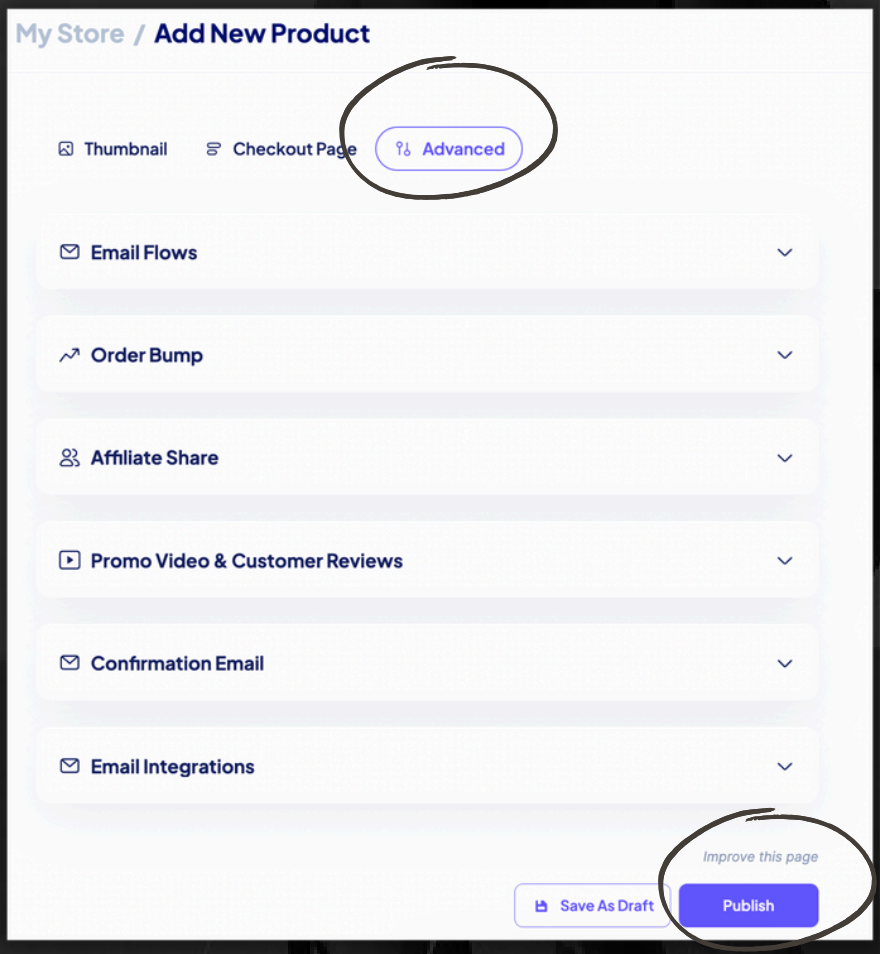


Certaines personnes voudront simplement le produit numérique lui-même (sans vouloir le revendre), il est donc recommandé de télécharger une version PDF !

6. Cliquez sur "Avancé" pour utiliser des fonctionnalités telles que les flux de courrier électronique, l'augmentation des commandes (vous pouvez vendre votre produit à prix supérieur ou inférieur en sélectionnant cette option), les offres d'affiliation, les vidéos promotionnelles, les témoignages de clients, la modification de l'e-mail de confirmation (encore une fois, j'ai une confirmation BONUS modèle d'e-mail à copier, coller et modifier à l'avance !).

Personnellement, j'utilise uniquement les flux email, le boost de commande, la vidéo promo + les témoignages et je personnalise mon email de confirmation.

MAINTENANT VOUS ÊTES PRÊT À PUBLIER !





CHAPITRE SEPT

AUTOMATISEZ VOTRE ENTREPRISE

PUBLICITÉ PAR E-MAIL

Vous vous souvenez de la façon dont nous avons affiché les listes de diffusion plus tôt ?

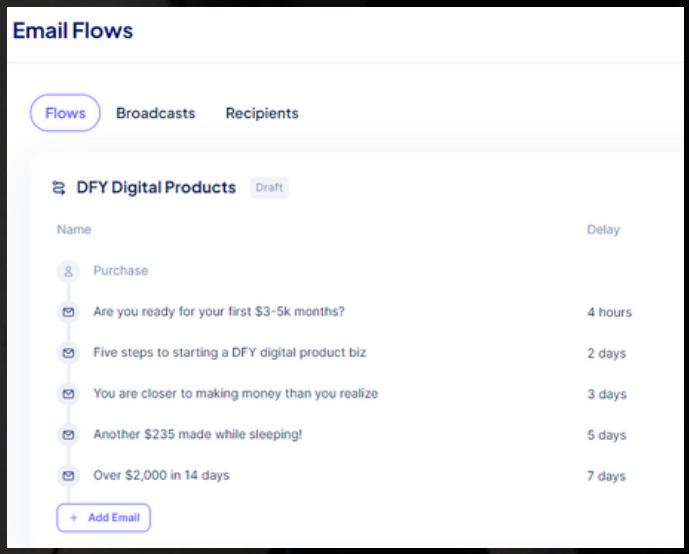
Nous allons maintenant approfondir ce sujet (marketing par e-mail), car c'est ce qui permettra à votre entreprise de fonctionner de manière automatisée.

Le marketing par e-mail n'est qu'une autre façon de dire « vendre avec des e-mails ». De nos jours, nous avons la possibilité de vendre directement à notre public, en configurant et en envoyant des e-mails automatisés.

Avec un flux d'e-mails (ou une séquence d'e-mails) bien rédigé qui est envoyé à votre liste de diffusion, vous pouvez établir la confiance et convertir les prospects en clients avec facilité et automatisation.

Alors commençons à le construire !

EXEMPLE DE FLUX D'E-MAILS SUR STAN STORE



La première chose que vous voudrez faire est de vous assurer que vous avez mis à niveau vers un compte Creator PRO sur la boutique Stan. Si vous ne pouvez pas vous permettre 99 $/mois (en gardant à l'esprit que cela inclut l'ensemble de la configuration de votre entreprise de produits numériques - listes de produits numériques, cadeaux, marketing par e-mail et plus encore), il existe d'autres alternatives telles que Flodesk (la plus jolie plateforme de marketing par e-mail JAMAIS) à 38$/mois.

Cependant, votre entreprise (produits numériques, cadeaux, marketing par e-mail) ne sera pas toutes au même endroit (comme c'est le cas avec Stan Store).

Pour savoir comment configurer votre premier flux de messagerie sur Flodesk, rendez-vous ICI.

Pour recevoir un essai GRATUIT de 30 jours avec Flodesk, allez ICI.

FLUX DE COURRIER ÉLECTRONIQUE/FLUX DE TRAVAIL

Un flux d'e-mails (ou flux de travail) n'est qu'une séquence d'e-mails que vous configurez, qui seront automatiquement envoyés à vos prospects selon un calendrier défini.

Vous êtes-vous déjà inscrit à la liste de diffusion de quelqu'un et recevez-vous de nombreux e-mails chaque mois, semaine ou même chaque jour ? C'est un flux d'e-mails ! Ceux-ci aideront votre entreprise à fonctionner de manière automatisée (BONJOUR les revenus passifs !).

E-MAILS DE CONFIRMATION

La première chose que vous souhaiterez mettre en place avant de configurer votre flux de courrier électronique est un e-mail de confirmation contenant les liens de téléchargement pour chacun de vos produits numériques (y compris votre cadeau).

Vous vous souvenez de la façon dont je vous ai dit auparavant que j'avais des modèles d'e-mails de confirmation BONUS à utiliser ? Eh bien, ils sont dans cette section du Playbook !

J'ai DEUX modèles d'e-mails de confirmation gratuits que vous pouvez copier-coller (et personnaliser comme vous-même). UN pour votre billet de faveur et UN pour votre produit numérique payant.

P.S. VOICI COMMENT CELA FONCTIONNE...

Quelqu'un s'inscrit pour recevoir votre cadeau > il reçoit un e-mail de confirmation avec son cadeau et un petit message de votre part

Quelqu'un achète votre produit numérique > il reçoit un e-mail de confirmation avec son produit numérique payant et un petit message de votre part

Cela a du sens ? :)

REMARQUE : Vous n'avez PAS besoin de passer au compte Stan Store Creator PRO pour recevoir les e-mails de confirmation. Vous pouvez configurer des e-mails de confirmation avec le compte Creator de base.

MODÈLES D'E-MAILS DE CONFIRMATION DE BONUS

MODÈLE D'E-MAIL GRATUIT

Sujet : Vous l'avez fait ! Voici votre cadeau !

Bonjour [Nom du client],

Waouh ! Tu l'as fait! Je suis très heureux de partager davantage avec vous sur les produits numériques DFY/done-for-you, ainsi que sur la manière dont vous pouvez lancer et faire fonctionner VOTRE entreprise de produits numériques rentable !

Voici votre cadeau : [LIEN PRODUIT]. Demain, vous recevrez un autre e-mail de ma part contenant plus d'informations sur mon [Nom du produit - insérer un lien hypertexte]. Si vous ne le voyez pas dans les 24 heures, assurez-vous de vérifier votre onglet de promotions ou votre dossier spam et déplacez ce message vers votre boîte de réception principale afin de ne manquer aucune mise à jour !

Et n'oubliez pas que vous pouvez toujours m'envoyer un DM sur IG [inclure l'hyperlien] à tout moment si vous avez des questions ! Je t'encourage !

[Votre nom]

MODÈLES D'E-MAILS DE CONFIRMATION DE BONUS

MODÈLE D'E-MAIL PAYANT

Sujet : WHOOHOO ! Voici votre [Nom du produit] !

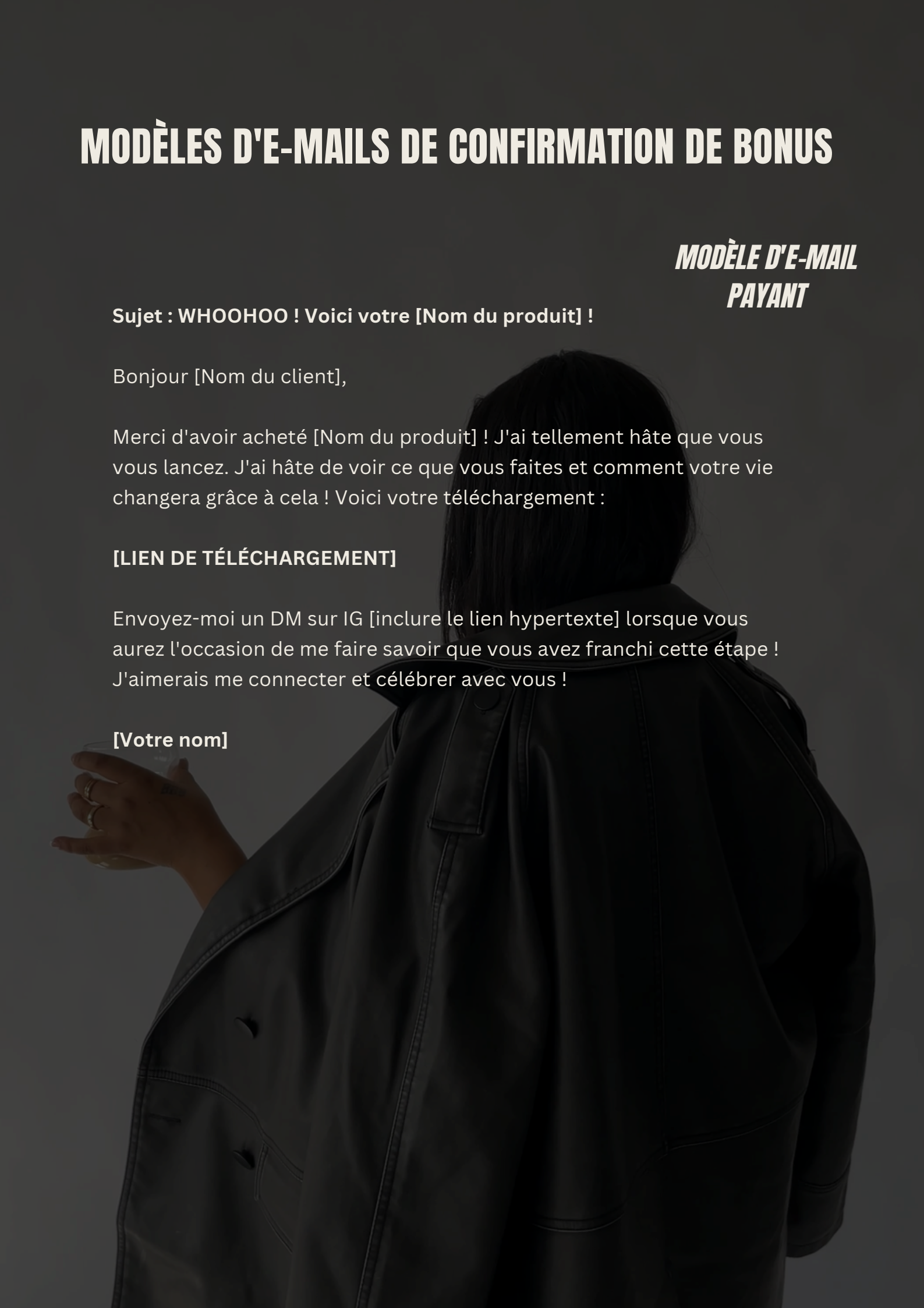
Bonjour [Nom du client],

Merci d'avoir acheté [Nom du produit] ! J'ai tellement hâte que vous vous lancez. J'ai hâte de voir ce que vous faites et comment votre vie changera grâce à cela ! Voici votre téléchargement :

[LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT]

Envoyez-moi un DM sur IG [inclure le lien hypertexte] lorsque vous aurez l'occasion de me faire savoir que vous avez franchi cette étape ! J'aimerais me connecter et célébrer avec vous !

[Votre nom]



CONFIGURER VOTRE FLUX DE MESSAGERIE

Une fois que vous avez configuré vos e-mails de confirmation, vous pouvez alors commencer à configurer votre flux d'e-mails !

Il n'y a qu'UN seul flux de courrier électronique, ou flux de travail, que vous souhaiterez avoir en place lors de votre premier lancement. Ce flux est destiné aux personnes qui optent pour votre billet de faveur.

Il n'y a pas qu'une seule bonne façon d'écrire votre flux, mais idéalement, vos premiers e-mails proposent :

- Valeur
- Une introduction à vous-même
- Votre histoire et la promotion de votre produit.

Voici le calendrier de courrier électronique que je recommande :

- Bienvenue et cadeau - Envoyez immédiatement
- E-mail stimulant – 24 à 48 heures après le premier e-mail
- E-mail de valeur – 24 à 48 heures après le deuxième e-mail
- L'e-mail de l'offre importante - 24 à 48 heures après le quatrième e-mail

Si vous avez besoin d'aide pour configurer votre flux de messagerie pour votre billet de faveur, vous pouvez visiter CE LIEN pour une procédure rapide.

CONSEIL : Inscrivez-vous auprès d'autres créateurs de votre niche pour vous inspirer de votre flux de courrier électronique - mais NE COPIEZ PAS !

BONUS : j'ai inclus quelques modèles de flux de courrier électronique BONUS que vous pouvez utiliser sur la page suivante. Modifiez-les simplement et utilisez-les comme les vôtres. :)

MODÈLES DE FLUX DE COURRIER ÉLECTRONIQUE GRATUITS

Objet : Êtes-vous prêt pour vos premiers mois de 3 à 5 000 $? *E-MAIL N°1*

Avez-vous eu l'occasion de consulter mon guide gratuit ? Si tel est le cas et que vous êtes prêt à utiliser un produit numérique DFY pour lancer votre propre entreprise de revenus passifs, je souhaite vous inviter à acheter mon [Nom du produit].

[INSÉREZ ICI LES COMMENTAIRES SUR VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE - POUVEZ LES AJOUTER PLUS TARD]

Avec [Nom du produit], vous apprendrez tout ce que vous devez savoir pour démarrer et exploiter une entreprise de produits numériques DFY rentable dans les 30 prochains jours (et profiter de 3 000 $, 5 000 $ et même 10 000 $ et plus par mois !)

Tu auras:

- Mon produit numérique à utiliser, modifier et revendre comme le vôtre
- Un processus étape par étape pour configurer facilement et automatiquement votre boutique en ligne
- Mes stratégies de contenu pour commercialiser votre produit en seulement quelques heures par semaine
- PLUS mes modèles d'e-mails plug-and-play pour que votre système automatisé puisse générer des ventes quotidiennes même pendant votre sommeil !

Il s’agit d’une entreprise entière prête à vous approprier pleinement et à en tirer pleinement profit.

Pourquoi? Parce que je sais à quel point un flux de revenus passifs comme celui-ci peut changer la vie, et je veux VOUS voir prospérer !

[Votre nom]

E-MAIL N°2

Objet : Vous êtes plus près de gagner de l’argent que vous ne le pensez

Bonjour [Nom du client],

Je veux que vous sachiez que vous êtes plus près d'avoir une entreprise à revenus passifs rentable et vos premiers mois de 3 à 10 000 $ que vous ne le pensez.

Que vous soyez déjà propriétaire d’entreprise ou que vous n’ayez aucune expérience...

Que vous travailliez de 9h à 17h ou que vous soyez mère au foyer...

Que vous ayez une grande présence sur les réseaux sociaux ou que vous partiez de zéro...

Vous POUVEZ tirer parti de quelques heures par semaine seulement pour générer un revenu qui subviendra aux besoins de votre famille et changera votre vie.

Avec un seul produit numérique et un système automatisé pour générer du trafic vers celui-ci, vous pouvez créer une entreprise très rentable depuis chez vous en quelques heures par semaine seulement.

Et avec un produit numérique DONE-FOR-YOU, ou DFY, vous n'avez même pas besoin d'avoir une expertise particulière ni de créer votre propre produit à partir de zéro.

C'est pourquoi j'ai créé [Nom du produit - inclure un hyperlien] - pour vous aider à démarrer votre entreprise RAPIDEMENT en utilisant les étapes contenues dans et mon modèle plug-and-play.

Téléchargez-le, puis modifiez-le et personnalisez-le afin de pouvoir le revendre pour un bénéfice PLEIN.

Commencez à générer 97 $ de ventes chaque jour, plusieurs fois par jour, même pendant votre sommeil - et, tout aussi important, profitez de la liberté qui en découle.



Prêt à commencer? Votre prochaine étape consiste à acheter [Nom du produit] ici [inclure le lien hypertexte].

Et n'oubliez pas que vous pouvez toujours m'envoyer un DM [inclure l'hyperlien] si vous avez des questions !

[Votre nom]

E-MAIL N°3

Objet : Un autre [insérer le montant en $] réalisé pendant que [insérer l'activité]

Bonjour [Nom du client],

Et juste comme ça, un autre [insérer le revenu réalisé ici] aujourd'hui pendant que _____ !

C’est la beauté des produits numériques : avoir une entreprise qui fonctionne et vous rapporte de l’argent pendant que vous menez une vraie vie !

Êtes-vous prêt à commencer à tirer parti de quelques heures par semaine pour générer un revenu passif continu de la même manière ?

Si tel est le cas, votre prochaine étape consiste à acheter [Nom du produit], pour lequel j'ai déjà fait les démarches et créé le produit pour vous.

Vous pouvez cliquer ici [insérer un lien hypertexte] pour en savoir plus sur [Nom du produit] et commencer dès maintenant.

Je vous soutiens et j'ai hâte de voir comment votre vie changera avec cela !

[Votre nom]

E-MAIL N°4

Objet : [Insérer le montant en $] dans _____ jours

Au cours des ____ derniers jours, j'ai gagné [insérer le montant en $] en utilisant rien de plus qu'un produit numérique.

Je veux que vous imaginiez que c'est VOUS.

Imaginez recevoir des notifications tout au long de la semaine pendant que vous êtes avec vos enfants... ou que vous regardez Netflix... ou que vous pliez le linge... ou même que vous dormez !

Des notifications vous informant que vous venez de réaliser une autre vente sur un produit numérique (que vous n'avez même pas eu à créer à partir de zéro !) Tout cela parce que quelqu'un d'autre est tombé sur une bobine et a décidé qu'il voulait également participer à ce genre de vie.

Un produit qui rapporte des milliers de dollars par semaine pendant que vous ne travaillez que 2 à 3 heures - tout cela pour que vous puissiez passer le reste de votre temps à profiter des personnes et des choses que vous aimez.

Si ce n’est pas déjà fait, je veux vous mettre au défi de prendre une mesure audacieuse.

Achetez [Nom du produit] pour [prix] aujourd'hui.

Changer votre vie.

Créez une entreprise capable de fonctionner en pilote automatique et de vous offrir le temps et la liberté dont vous rêvez.

[Votre nom]

P.S. N'oubliez pas que vous pouvez toujours m'envoyer un DM [insérer un lien hypertexte] sur Instagram avec toutes vos questions. Je suis là pour toi!

DEUXIÈME FLUX D'E-MAILS (À L'AVENIR)

REMARQUE : Plus tard, vous souhaiterez peut-être disposer d'un deuxième flux de courrier électronique, spécifiquement pour les personnes qui achètent vos produits numériques. C'est principalement si vous proposez également d'autres produits que vous souhaitez vendre en tant que modules complémentaires !

IMPORTANT:

Assurez-vous de tester votre offre gratuite et payante avant de commencer à créer du contenu pour attirer les clients de vos rêves. Pour ce faire, optez pour votre billet de faveur et achetez votre offre payante.



CHAPITRE HUIT

BÂTIMENT COMMUNAUTAIRE SANS VISAGE

BÂTISSEZ VOTRE COMMUNAUTÉ

Lorsque vous démarrez une page sans visage, la création de votre communauté devrait être votre objectif principal. Sans communauté, vous n’avez pas de marque !

Certains diront peut-être qu’il est difficile de bâtir une communauté totalement anonyme. Cependant, j’ai été témoin de choses différentes.

Construire une communauté tout en restant anonyme est en réalité plus facile qu’on ne le pense (à condition d’appliquer les bonnes stratégies bien sûr !).

Voici quelques façons de créer en toute confiance une communauté avec une marque sans visage :

COHÉRENCE

Rester cohérent signifie se présenter au moins une fois par jour. Au début, je recommande de publier 1 à 3 fois par jour pour alerter l'algorithme que vous êtes un utilisateur actif et que vous êtes sérieux. En publiant régulièrement, vous faites également savoir à votre public que vous êtes présent et fiable. Ces heures supplémentaires renforcent la confiance.

Ma règle générale est de 1 à 2 rouleaux et environ 8 histoires par jour. Vous pouvez également intégrer des carrousels Instagram et des publications statiques tout au long de la semaine.

Si vous avez du mal à maîtriser tout cela, respirez et prenez du recul. Je sais que c'est difficile au début, mais c'est crucial pour la croissance et le développement de la confiance de votre marque.

ESTHÉTIQUE DE MARQUE COHÉRENTE

Je sais que nous avons déjà discuté de l'image de marque plus tôt, mais dans ce chapitre « Création d'une communauté sans visage », je souhaite souligner le pouvoir d'avoir une identité de marque forte avec une marque sans visage.

Un look cohérent est un facteur clé à ne pas manquer. Premièrement, Instagram est une plateforme esthétique (alors que TikTok est une plateforme qui se concentre fortement sur le sujet de la vidéo plutôt que sur l'esthétique). En termes simples, les gens vont sur Instagram pour rechercher et regarder du contenu joli ou esthétique.

Je ne saurais trop insister sur l'importance d'avoir une esthétique cohérente dans l'ensemble de votre entreprise (cela inclut votre flux Instagram, votre Stan Store et vos e-mails !).

Je vois tellement de pages avec toutes sortes de couleurs qui s'affrontent. Par exemple, leur alimentation contient du jaune, du brun et du vert. Leur boutique a alors une écriture orange, et leurs emails en bleu ! Non seulement cela n'a pas un aspect professionnel, mais cela devient immédiatement une marque immémorielle. Une marque méconnaissable, et donc moins attrayante à acheter.

La cohérence de votre marque est ce qui peut faire ou défaire une première impression, il est donc important de s'assurer que tout se déroule bien.

VOTRE HISTOIRE PERSONNELLE

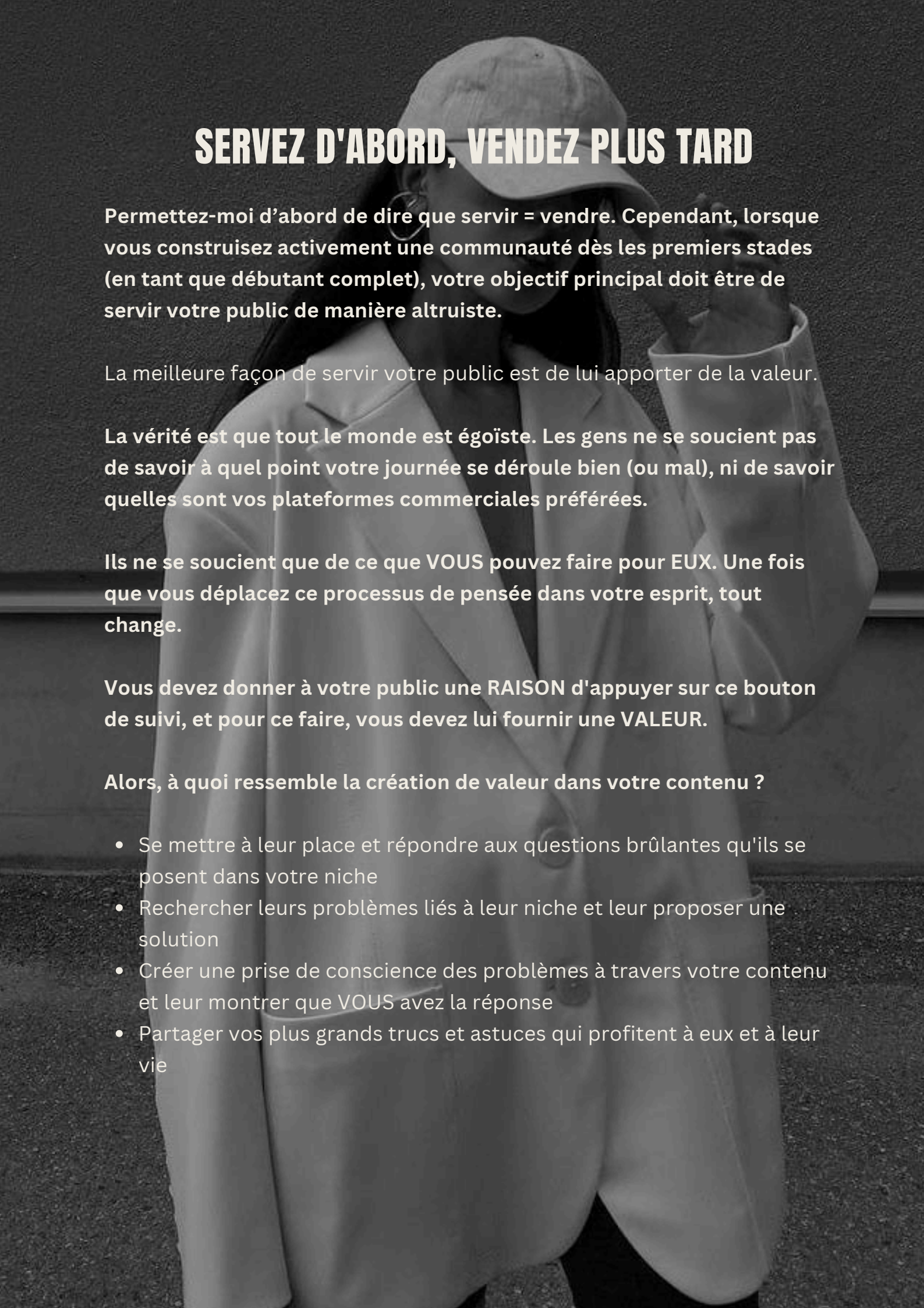
C'est probablement la partie la plus importante de votre image de marque (croyez-le ou non), car n'importe qui peut copier l'esthétique de votre image de marque, mais PERSONNE ne peut copier VOTRE histoire. La narration est l'un des outils marketing les plus puissants sur les réseaux sociaux, car elle permet à votre public de se connecter avec votre marque sur le plan émotionnel. Et si vous ne le saviez pas, des études ont montré que 70 % du temps, les gens prennent leur décision d'achat en fonction de l'émotion qu'ils ressentent.

La narration aide votre public à développer la confiance avec vous beaucoup plus rapidement, à mesure qu'il réalise que vous êtes un véritable être humain qui a fait face à des luttes et des défis, des triomphes et des expériences, tout comme eux.

La narration aide également le client de vos rêves à vous trouver. Lorsque vous faites défiler sur Instagram et que vous voyez un Reel qui vous arrête net, parce qu'il raconte une histoire qui vous parle, que faites-vous ? Vous continuez à regarder et à lire, et si cela vous parle, vous l'aimerez probablement, le sauvegarderez, le partagerez et peut-être même suivrez ce créateur !

Vous souhaitez partager votre histoire dans vos Reels, vos légendes, vos Stories Instagram et vos e-mails.

Voici quelques exemples de votre histoire : pourquoi vous avez démarré cette entreprise, votre histoire qui a mené à cette opportunité et comment elle a changé votre vie.



SERVEZ D'ABORD, VENDEZ PLUS TARD

Permettez-moi d’abord de dire que servir = vendre. Cependant, lorsque vous construisez activement une communauté dès les premiers stades (en tant que débutant complet), votre objectif principal doit être de servir votre public de manière altruiste.

La meilleure façon de servir votre public est de lui apporter de la valeur.

La vérité est que tout le monde est égoïste. Les gens ne se soucient pas de savoir à quel point votre journée se déroule bien (ou mal), ni de savoir quelles sont vos plateformes commerciales préférées.

Ils ne se soucient que de ce que VOUS pouvez faire pour EUX. Une fois que vous déplacez ce processus de pensée dans votre esprit, tout change.

Vous devez donner à votre public une RAISON d'appuyer sur ce bouton de suivi, et pour ce faire, vous devez lui fournir une VALEUR.

Alors, à quoi ressemble la création de valeur dans votre contenu ?

- Se mettre à leur place et répondre aux questions brûlantes qu'ils se posent dans votre niche
- Rechercher leurs problèmes liés à leur niche et leur proposer une solution
- Créer une prise de conscience des problèmes à travers votre contenu et leur montrer que VOUS avez la réponse
- Partager vos plus grands trucs et astuces qui profitent à eux et à leur vie

DANS LES COULISSES

Créez du contenu centré sur de véritables aperçus de votre réalité sans révéler votre visage. Par exemple. un coup d'œil à votre bureau à domicile, un repas que vous avez cuisiné, un article sur « des faits sur moi », tout ce qui s'est passé d'excitant dans votre journée. Celles-ci trouvent plus d’écho auprès des adeptes que la perfection mise en scène. N'oubliez pas que vous êtes une vraie personne derrière votre contenu sans visage – et les gens doivent le voir !

LIENS COMMUNAUTAIRES

Répondez aux DM et aux commentaires de vos abonnés avec le même ton que celui d'un vrai ami. Posez des questions réfléchies pour susciter un partage réciproque. Les commentaires favorisent des liens plus rapides que les e-mails de masse. Je ne saurais trop insister sur les avantages des messages audio. Les messages audio sont personnels et cela aide votre client à voir qu'il y a vraiment une autre personne de l'autre côté.

TERMINOLOGIE/LANGUE

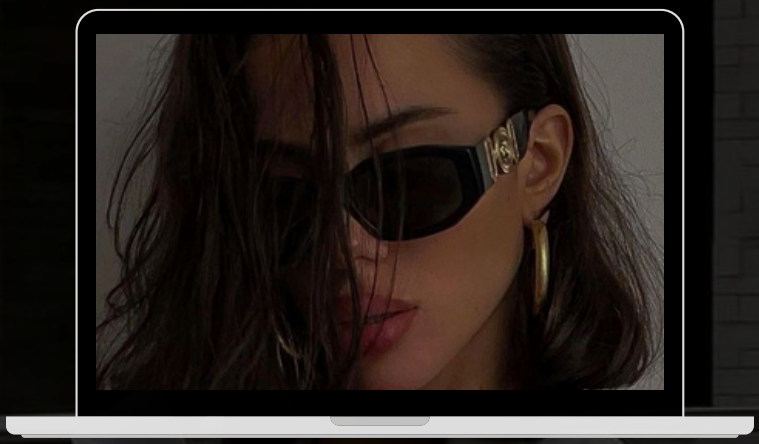
L’un des aspects les plus négligés de la construction d’une communauté est le langage que nous utilisons dans nos formulations ! Utiliser des mots qui inspirent ou encouragent notre public cible peut faire toute la différence ! Cela favorise le développement de la communauté !



CHAPITRE NEUF

MARKETING SANS VISAGE : STRATÉGIES INSTAGRAM

REELS INSTAGRAM



Maintenant que vous avez créé votre marque personnelle, il est temps de discuter du marketing sans visage à l'aide d'Instagram Reels. Afin de présenter nos produits numériques à nos clients idéaux sur Instagram, nous devons créer du contenu. Ma façon préférée de le faire est d'utiliser les Instagram Reels, car ils ont le potentiel d'atteindre un public plus large (par rapport aux publications statiques).

IMAGES DU B-ROLL

Les séquences B-Roll sont essentiellement un contenu d’arrière-plan que vous utilisez comme vidéo pour votre bobine. C’est devenu une méthode très populaire pour les moulinets, ce qui est BIEN car cela signifie moins de travail pour vous ! Cela signifie également que vous n’êtes pas obligé de montrer votre visage si vous ne le souhaitez pas.

C’est facile et prend moins de temps. Ne sous-estimez pas la puissance d’un court extrait basique de quelque chose de aléatoire !



Voici des exemples de séquences B-Roll :

- Pousser sa poussette en promenade
- Assis devant votre ordinateur en train de travailler (sans visage bien sûr)
- Verser une tasse d'eau, de café ou votre shake protéiné
- Un petit extrait du coucher de soleil

....essentiellement, n'importe quelle chose aléatoire qui se passe dans votre vie.

Astuce : collectez des clips de 5 à 7 secondes tout au long de votre journée (ou désignez un jour par semaine pour en collecter plusieurs).

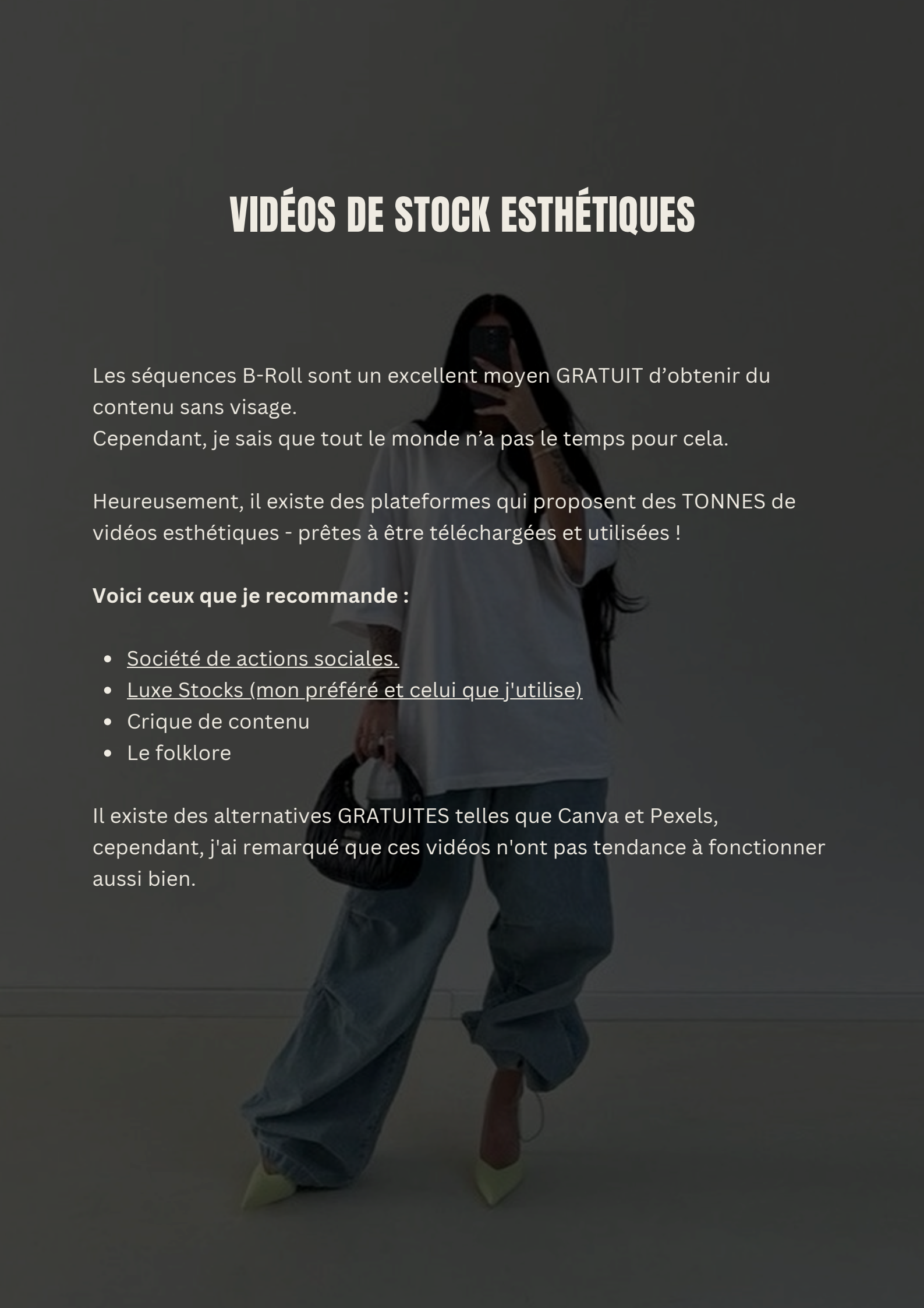
Ajoutez-les à un album sur votre téléphone afin qu'ils soient faciles à trouver et à sélectionner lorsque vous créez vos reels.

PLUS D'EXEMPLES :

- Images de ma vue actuelle lorsque je suis à l'extérieur
- Images de moi faisant du shopping/tenant des sacs de courses
- Images de ma nourriture ou de ma boisson
- Images de ma vue actuelle en conduisant/roulant
- Images du ciel ou vue sur l'eau
- Images de moi utilisant mon appareil électronique (téléphone, ordinateur portable, iPad)
- Images de mes courses de vêtements/shopping
- Images de moi déballant un colis
- Images de moi en train d'organiser (en utilisant un trépied pour enregistrer la vidéo)
- Images de mes ongles ou de mes rendez-vous avec les ongles

Vous n'avez pas le temps de filmer ou vous ne pouvez tout simplement pas vous en soucier ? Ne t'inquiète pas! J'ai une solution pour cela sur la page suivante !

VIDÉOS DE STOCK ESTHÉTIQUES



Les séquences B-Roll sont un excellent moyen GRATUIT d’obtenir du contenu sans visage.
Cependant, je sais que tout le monde n’a pas le temps pour cela.

Heureusement, il existe des plateformes qui proposent des TONNES de vidéos esthétiques - prêtes à être téléchargées et utilisées !

Voici ceux que je recommande :

- Société de actions sociales.
- Luxe Stocks (mon préféré et celui que j'utilise)
- Crique de contenu
- Le folklore

Il existe des alternatives GRATUITES telles que Canva et Pexels, cependant, j'ai remarqué que ces vidéos n'ont pas tendance à fonctionner aussi bien.

PILIERS DE CONTENU

Si vous débutez dans le marketing sur Instagram, ma fille, BIENVENUE ! Il y a plus de 200 millions d'entreprises sur Instagram qui font la promotion de leurs services et produits ! Instagram est un moyen GRATUIT et incroyable de partager vos produits numériques avec le monde ! Prends le à ton avantage!

Si vous me suivez, vous avez probablement vu mon contenu. L'ensemble de mon Instagram a été créé dans le but de créer une communauté et de leur commercialiser mes offres de produits numériques.

J'ai créé une page qui vise directement à atteindre et à inviter mon public cible à venir découvrir ma marque et mes produits numériques.

Vous ne me verrez pas publier des reels sur la dernière tendance de la danse. Chaque bobine que je publie a un objectif spécifique, à savoir divertir, inspirer ou éduquer mon public cible, et créer une communauté fidèle et intéressée par mes produits numériques !

J'utilise TROIS piliers de contenu pour guider le contenu que je crée.

S'en tenir à ces piliers de contenu garantira que vous ne « publiez pas pour le plaisir de publier ». Ils vous aideront également à fidéliser vos abonnés Instagram beaucoup plus rapidement si vous les respectez !



VOICI LES PILIERS DE CONTENU QUE JE RECOMMANDE D'UTILISER :

ÉDUQUER

La création de contenu éducatif ajoute une tonne de valeur à votre public idéal. Partagez des informations, des trucs et astuces et des guides pratiques au sein de votre niche.

DIVERTIR/INSPIRER

Insérez de la personnalité dans votre contenu ! Utilisez l'humour, la narration ou des visuels attrayants. Partagez des histoires pertinentes ou du contenu humoristique qui, vous le savez, attirera votre public idéal.

PROMOUVOIR

C'est ici que vous faites la promotion de vos offres numériques. Mélangez du contenu promotionnel avec un appel à l'action stratégique pour inciter les gens à AGIR concernant votre offre ! Présentez vos produits et guidez votre public sur les prochaines étapes.

RAPPEL

Ne faites pas tout votre contenu sur la promotion de vos produits numériques ! Au début, il est important de fournir des tonnes de VALEUR pour gagner l'amour, la connaissance et la confiance de votre client idéal.

CONTENU ENREGISTRABLE + PARTAGEABLE

L'objectif de chacune de vos reels (ou du moins de la plupart d'entre elles si vous souhaitez toucher plus de personnes) devrait être de les rendre soit super PARTAGEABLES, soit super SAUVEGARDABLES (ou les deux). C'EST LE SECRET DU CONTENU VIRAL AU CONTENU VIRAL !T !

PARTAGEABLE : il s'agit d'un contenu qui fait penser à votre adepte idéal : « C'est tellement moi ! » OU « Cela me rappelle cette personne ».

Le contenu est suffisamment spécifique à votre niche pour qu'il leur donne le sentiment d'être vu, entendu et compris... et ensuite ils le partagent ! C'est pertinent !

ENREGISTRABLE : il s'agit d'un contenu qui apporte quelque chose de valeur à votre suiveur idéal.

Il peut s'agir de connaissances, d'encouragements, d'orientations, de conseils, d'idées, etc. Tout ce qu'ils voudraient « sauvegarder » et sur lequel ils pourraient revenir plus tard.

Les deux types de publications fonctionnent très bien car ils ont le pouvoir de stimuler votre engagement.

N'OUBLIEZ PAS : Plus vos reels sont partageables et sauvegardées, plus il y a de chances qu'elles deviennent virales !

LE CROCHET

Votre crochet est CLÉ ! Il s'agit d'une phrase ou d'un mot rapide et accrocheur pour amener votre public idéal à arrêter de faire défiler et à prêter attention.

Vous devriez avoir un hameçon solide à deux endroits sur votre moulinet :

1. Texte à l'écran : les premiers mots que votre spectateur verra en faisant défiler votre bobine.

Le travail de ce crochet est de les amener à arrêter leur défilement et à surveiller votre bobine.

Vous souhaitez placer ce crochet sur votre vidéo sous forme de texte.

2. Le début de votre légende : le(s) premier(s) mot(s) de votre légende doivent être frappants.

Le travail de ce crochet est de les amener à lire réellement votre légende.

Plus la légende est bonne -> plus vous passerez de temps à la lire -> plus votre bobine aura de temps de visionnage -> plus votre bobine sera poussée vers plus de personnes.

P.S. J'ai quelques crochets BONUS pour vous sur la page suivante !

HOOKS BONUS

"Voici un raccourci pour ___" (comment passer de A à B) "

Comment ___ en (x) minutes" (insérez les points faibles de votre public)

"Le moyen le plus rapide de ___" (atteindre un objectif spécifique) "TOP5 ___" (insérer un objectif spécifique)

« Erreurs majeures que la plupart des ___ font » (personne de votre niche)

« Guide étape par étape pour ___ » (insérer un objectif réalisable)

« Pourquoi faire ___ (insérer la chose la plus courante) n'aidera pas ___ (désir) !"

"Faites ceci pour ___" (comment passer de A à B)

"5 erreurs toxiques à éviter si vous voulez ___" (désir)

"La plus grande idée fausse à propos de ___" (briser un mythe) "Vous avez fait ___ du tort à votre vie entière!" (un sujet spécifique) "3 règles pour débloquer ___" (un résultat spécifique)

"5 façons de___" (atteindre un résultat souhaité)

"Ce hack va vous époustoufler !"

"Mon voyage de 0 à ___" (nommez votre statut actuel)

"Le vrai secret sur ___" (un sujet spécifique)

"Vous ne croirez pas ce ___ hack !"

"Ma stratégie secrète pour ___"

"Le moyen le plus rapide pour ___ maintenant"

"Si vous voulez ___, vous devez essayer ceci !"

"Les 5 meilleurs conseils pour ___"

"Comment maîtriser ___"

HOOKS BONUS

5 faits surprenants sur ___ »

« Si vous voulez atteindre X, vous devez ___ »

« Les stratégies les plus efficaces pour ___ »

« Mes principales ressources pour ___ »

« Les plus grandes idées fausses sur ___ »

« Les moyens les plus négligés de ___ »

« La chose n°1 que vous devez savoir sur ___ »

« Je n'aurais jamais pensé pouvoir ___ »

« Le meilleur conseil que j'ai jamais reçu à propos de ___ »

« Dans les coulisses de ___ »

« La seule chose que vous faites de mal et qui vous retient de (objectif]) »

« Êtes-vous fatigué de (problème) ? Voici comment y remédier.

« Ne faites pas ces erreurs lorsque (tâche ou objectif) »

« La vérité sur (idée fausse ou croyance courante) »

« La façon (adjectif) d'améliorer votre (compétence ou tâche) »

« (Nombre) de choses que vous ne saviez pas vous pourriez faire avec (produit ou service) »

« Le guide ultime pour maîtriser (compétence ou tâche) »

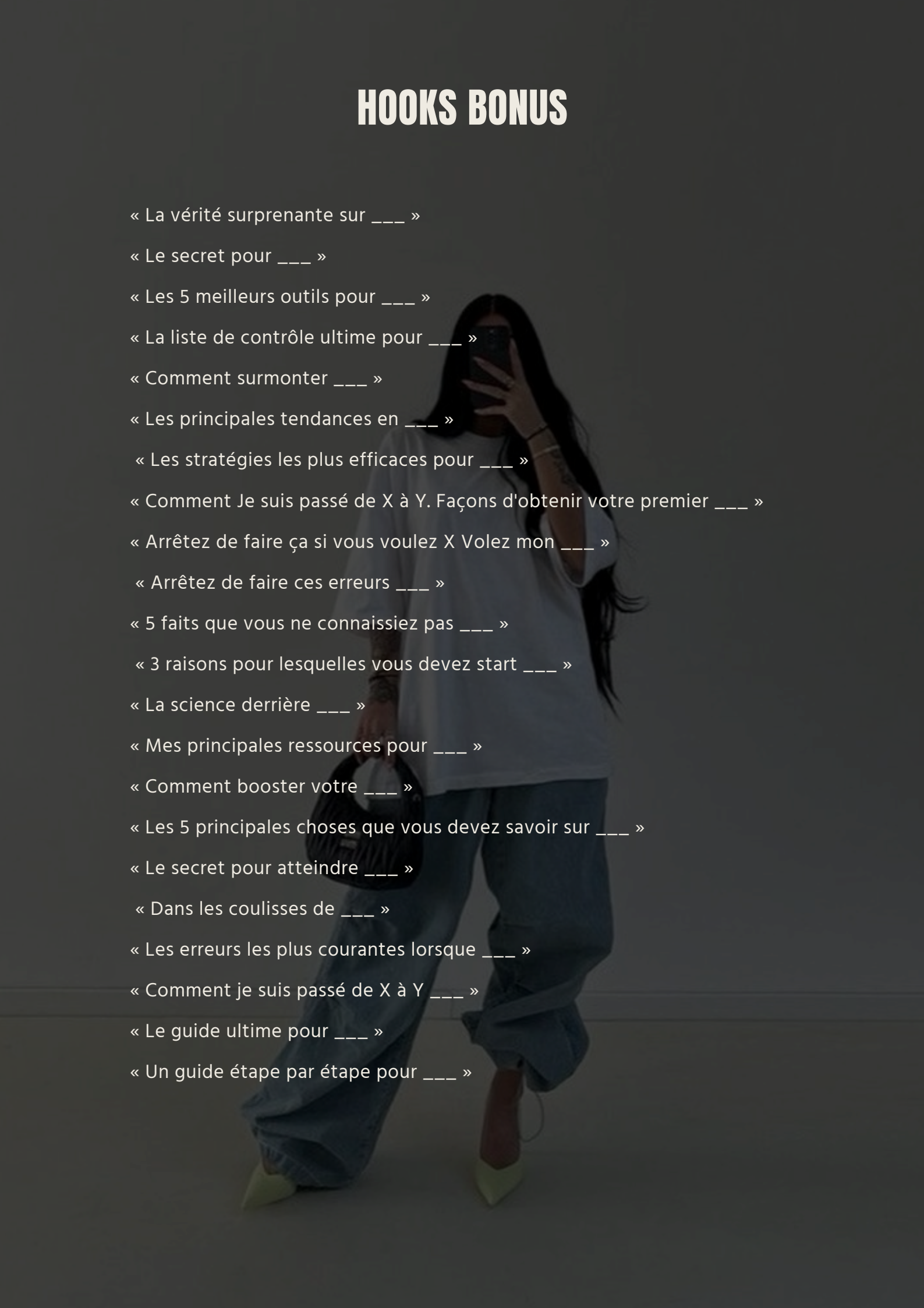
« Les meilleurs hacks (compétence ou activité) pour (tâche ou problème) » (Nombre) raisons pour lesquelles (sujet) est important » "

"Les choses à faire et à ne pas faire de ___"

"Si vous voulez atteindre X, vous devez ___"

"Les erreurs les plus courantes lorsque ___"

HOOKS BONUS



« La vérité surprenante sur ___ »

« Le secret pour ___ »

« Les 5 meilleurs outils pour ___ »

« La liste de contrôle ultime pour ___ »

« Comment surmonter ___ »

« Les principales tendances en ___ »

« Les stratégies les plus efficaces pour ___ »

« Comment Je suis passé de X à Y. Façons d'obtenir votre premier ___ »

« Arrêtez de faire ça si vous voulez X Volez mon ___ »

« Arrêtez de faire ces erreurs ___ »

« 5 faits que vous ne connaissiez pas ___ »

« 3 raisons pour lesquelles vous devez start ___ »

« La science derrière ___ »

« Mes principales ressources pour ___ »

« Comment booster votre ___ »

« Les 5 principales choses que vous devez savoir sur ___ »

« Le secret pour atteindre ___ »

« Dans les coulisses de ___ »

« Les erreurs les plus courantes lorsque ___ »

« Comment je suis passé de X à Y ___ »

« Le guide ultime pour ___ »

« Un guide étape par étape pour ___ »

APPEL À L'ACTION (CTA)

Les CTA dans vos reels sont importants pour augmenter l'engagement, la durée de visionnage et la conversion de followers/clients !

Semblable à votre crochet, vous disposez de plusieurs options différentes en ce qui concerne votre CTA.

N'hésitez pas à utiliser l'un ou les deux pour chaque bobine :

1. CTA à l'écran : cela peut être utilisé soit pour envoyer vos téléspectateurs vers votre légende pour plus d'informations, soit pour les inciter à entreprendre une action spécifique (par exemple commenter ou envoyer un DM d'un mot-clé spécifique).

Je dis toujours « Lire la légende » pour que mon public puisse en savoir plus sur la publication.

2. CTA dans la légende : vous souhaiterez inclure au moins un CTA dans votre légende, et n'hésitez pas à en inclure plusieurs !

Utilisez votre CTA de sous-titre pour inciter les spectateurs à entreprendre une action spécifique (c'est-à-dire vous suivre, commenter quelque chose de spécifique, envoyer un DM, partager leur point de vue, etc.)

J'utilise toujours 2 CTA qui vont quelque chose comme « commentez numériquement pour que je vous envoie le lien » ou « suivez @PrettyCeoCo pour plus de conseils + d'inspiration ».

P.S. Consultez la page suivante pour vos CTA BONUS !

CTA BONUS

- Voir la légende pour en savoir plus👇
- Commentez [WORD] pour le lien vers ___
- Taggue quelqu'un que tu connais qui a besoin de voir ça !
- Décrivez votre journée en 3 emojis ⬇️
- Légende ceci !
- Levez la main si vous pouvez comprendre ! ✋
- Rendez-vous dans mes stories pour plus d'informations !
- Partager l'amour! Identifiez votre meilleur ami du business dans les commentaires
- N'oubliez pas de SAUVEGARDER ce message pour plus tard !
- Suivez-moi pour en savoir plus
- Partagez ceci avec la première personne qui apparaît lorsque vous cliquez sur Partager
- Partagez votre avis dans les commentaires
- Partagez ceci avec un ami qui ___
- Pouvez-vous comprendre? Commentaires ci-dessous!
- Rendez-vous sur mon lien dans la bio pour le guide gratuit
- Vole ma stratégie dans la légende
- Si vous avez trouvé cet article utile, enregistrez-le pour plus tard !
- Des questions? Commentaires ci-dessous!
- Rendez-vous sur le lien dans ma bio pour réclamer le vôtre !
- Si vous êtes d'accord, commentez votre emoji préféré !
- Qu'est-ce que j'ai raté? Commentaires ci-dessous!
- Enregistrez ce message pour la prochaine fois que vous en aurez besoin ___
- Allez voter pour votre préféré dans mes stories !
- Les places sont limitées, réservez votre place maintenant !
- Aimez ce post si vous ___
- Activez les notifications de publication pour ne pas manquer le ___

VOTRE MESSAGE PRINCIPAL

Votre message principal est le message que vous souhaitez faire passer avec votre bobine.

Vous avez 2 options : Vous pouvez mettre la « chair » de votre message principal sous forme de texte à l'écran dans la bobine elle-même.

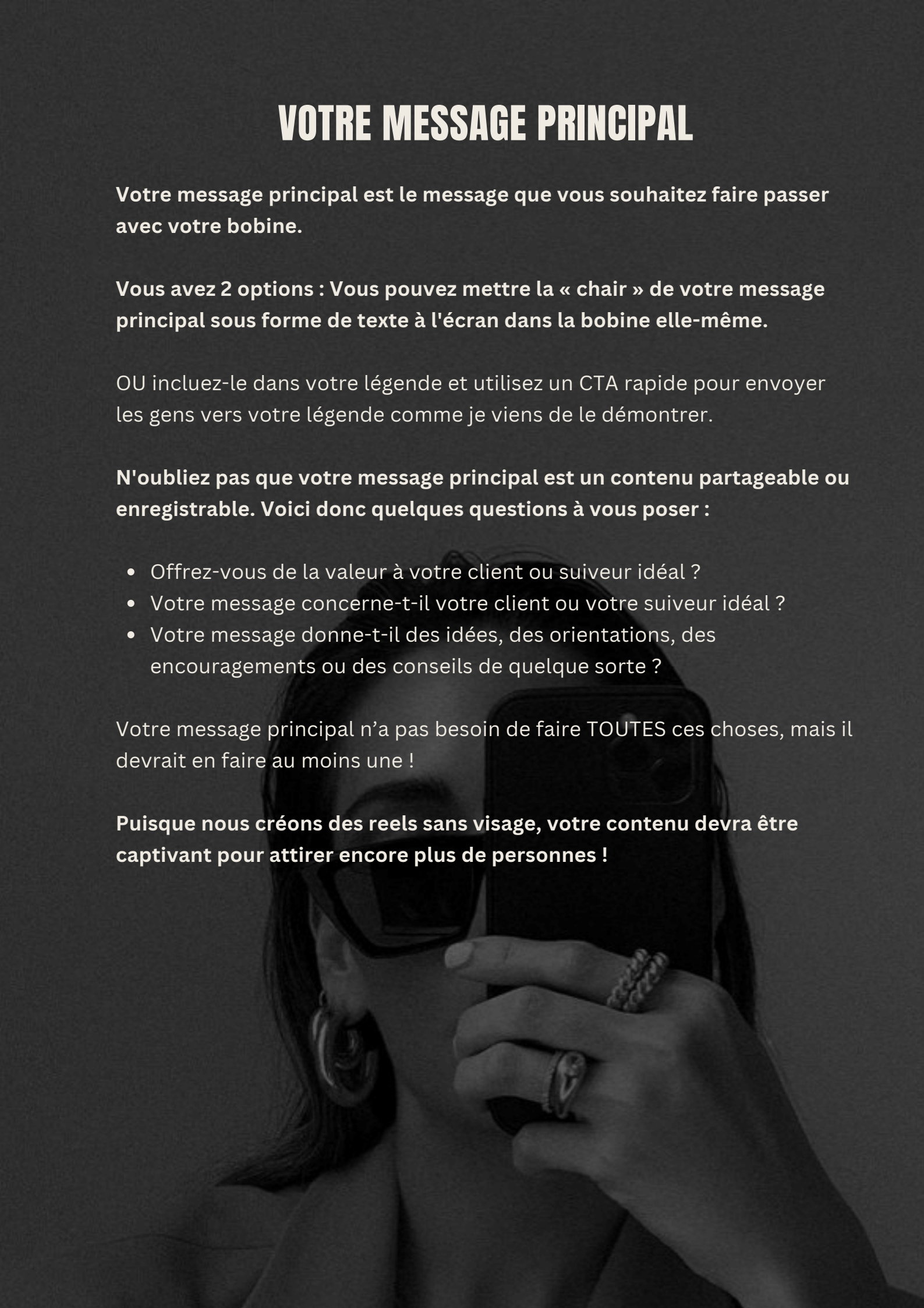
OU incluez-le dans votre légende et utilisez un CTA rapide pour envoyer les gens vers votre légende comme je viens de le démontrer.

N'oubliez pas que votre message principal est un contenu partageable ou enregistrable. Voici donc quelques questions à vous poser :

- Offrez-vous de la valeur à votre client ou suiveur idéal ?
- Votre message concerne-t-il votre client ou votre suiveur idéal ?
- Votre message donne-t-il des idées, des orientations, des encouragements ou des conseils de quelque sorte ?

Votre message principal n’a pas besoin de faire TOUTES ces choses, mais il devrait en faire au moins une !

Puisque nous créons des reels sans visage, votre contenu devra être captivant pour attirer encore plus de personnes !



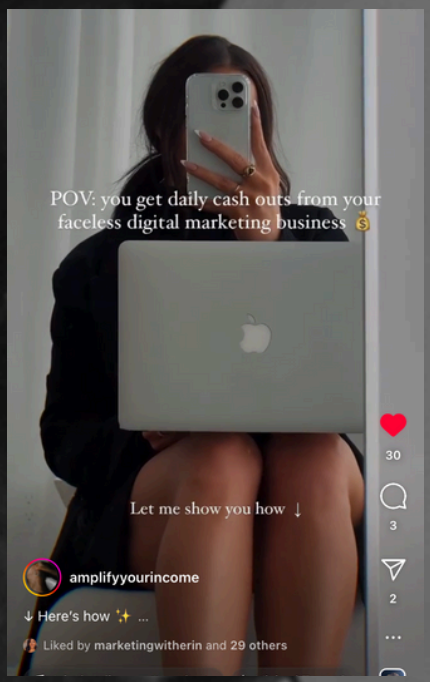
Pour décider de mettre ou non votre message principal à l'écran ou en légende, voici quelques conseils :

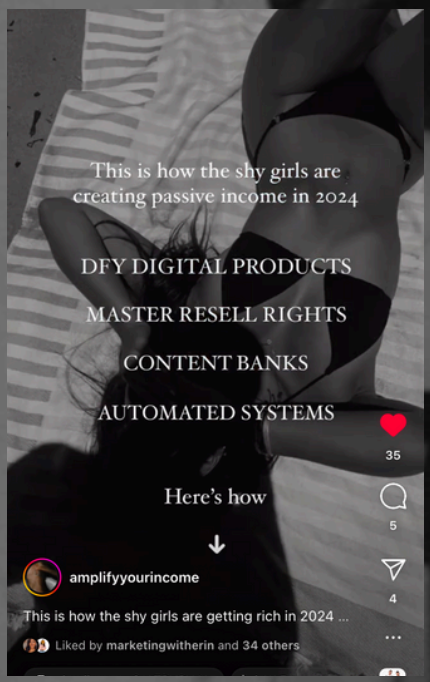
- N'incluez-le à l'écran que si vous pouvez le faire sans surcharger l'écran, rendre le texte difficile à lire ou rendre la vidéo trop longue.
- Si vous l'incluez à l'écran, assurez-vous de modifier la vidéo afin que le texte apparaisse en synchronisation avec le rythme ou les battements de l'audio sélectionné.

C'est encore mieux si vous ne faites qu'un petit morceau de texte à la fois !

- S'il y a trop de texte, utilisez simplement un appel à l'action juste après votre accroche pour envoyer les gens vers votre légende.

Voir deux exemples d'une de mes reels avec un message principal à l'écran et un exemple d'une de mes reels où j'envoie les téléspectateurs vers la légende du message principal.





AUDIO TENDANCE

Un audio « tendance » est essentiellement tout audio qu'Instagram a souligné comme étant populaire. L'utilisation d'un audio tendance est CLÉ si vous souhaitez toucher plus de personnes, car Instagram est plus susceptible de diffuser votre vidéo auprès d'un plus grand nombre de personnes.

Vous saurez si un audio est tendance s'il comporte une flèche diagonale vers le haut. Si vous cliquez sur cette flèche sur une vidéo, vous accéderez à toutes les vidéos utilisant cet audio et vous pourrez voir combien de fois cet audio spécifique a été utilisé.



Ensuite, si vous cliquez sur ce bouton :
vous verrez une liste des 50 meilleurs audios à la mode !

Je recommande d'utiliser des audios tendance avec moins de 5 000 utilisations, 10 000 maximum. Ce qui est encore mieux, c'est que si la vidéo « originale » a plus d'un million de vues avec des commentaires récents des derniers jours, cela signifie qu'elle est susceptible de disparaître !

CONSEIL : recherchez les audios pré-tendants : ce sont des audios qui ont plus d'un million de vues originales et sont utilisés moins de 1 000 avant que la flèche de tendance ne s'affiche - j'en partage beaucoup sur mon compte.

Assurez-vous simplement qu'ils sont toujours à la mode lorsque vous les utilisez !

PHOTO DE COUVERTURE

La photo de couverture de votre bobine est ce que les gens verront à la fois dans la « grille » de votre profil (la vue principale de votre profil) et dans l'onglet de vos reels.

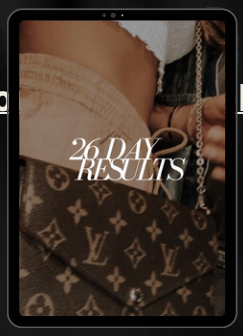
Idéalement, vos photos de couverture indiquent clairement le sujet de chaque bobine, correspondent à votre marque et encouragent quelqu'un à cliquer sur votre vidéo s'il a visité votre profil.

La plupart des gens conviennent que des profils parfaitement alignés et esthétiques ne sont pas nécessaires. Cependant, je pense qu'il est toujours important de rester fidèle à la marque et de s'assurer que les photos de couverture de vos reels représentent correctement ce à quoi s'attendre.

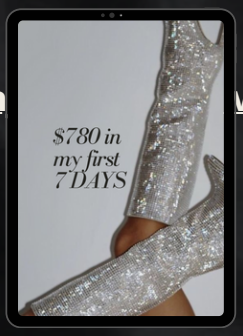
Vos options :

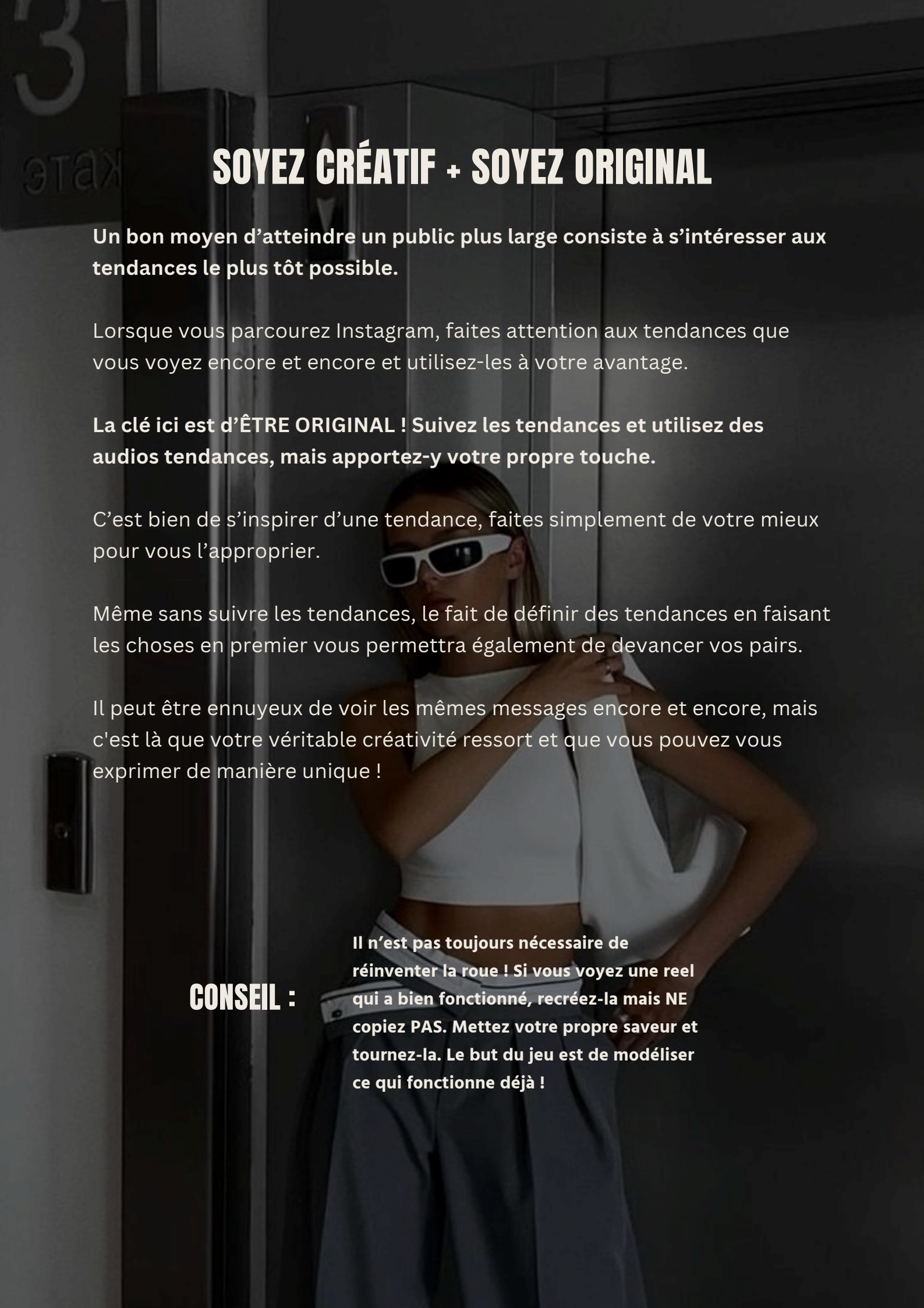
- Choisissez une image existante de votre vidéo comme couverture. Assurez-vous que le cadre que vous choisissez comprend au moins le texte « crochet » à l'écran.
- Téléchargez une photo de couverture à partir de votre pellicule. Vous pouvez utiliser Canva ou CapCut pour concevoir une photo de couverture si nécessaire (utilisez la taille 1080 x 1920 pour une photo de couverture en bobine).

CLIQUEZ ICI po l' votre photo de couverture.









SOYEZ CRÉATIF + SOYEZ ORIGINAL

Un bon moyen d'atteindre un public plus large consiste à s'intéresser aux tendances le plus tôt possible.

Lorsque vous parcourez Instagram, faites attention aux tendances que vous voyez encore et encore et utilisez-les à votre avantage.

La clé ici est d'ÊTRE ORIGINAL ! Suivez les tendances et utilisez des audios tendances, mais apportez-y votre propre touche.

C'est bien de s'inspirer d'une tendance, faites simplement de votre mieux pour vous l'approprier.

Même sans suivre les tendances, le fait de définir des tendances en faisant les choses en premier vous permettra également de devancer vos pairs.

Il peut être ennuyeux de voir les mêmes messages encore et encore, mais c'est là que votre véritable créativité ressort et que vous pouvez vous exprimer de manière unique !

CONSEIL :

Il n'est pas toujours nécessaire de réinventer la roue ! Si vous voyez une reel qui a bien fonctionné, recréez-la mais NE copiez PAS. Mettez votre propre saveur et tournez-la. Le but du jeu est de modéliser ce qui fonctionne déjà !

VOTRE LÉGENDE

N'oubliez pas que votre légende doit commencer par une accroche solide qui incite les gens à développer votre légende pour lire l'intégralité, en particulier si votre message principal est dans votre légende.

Quelques conseils pour votre légende :

- Si votre légende fait plus de quelques phrases, assurez-vous de séparer souvent les lignes par un espace. Il est plus facile pour les gens de se concentrer sur 1 à 2 phrases à la fois plutôt que d'essayer de lire un long paragraphe.

- **La narration est la clé ! Partagez vos expériences et soyez vulnérable et honnête (même sans montrer votre visage). C'est énorme si vous voulez gagner la confiance + convertir les téléspectateurs en abonnés + convertir les abonnés en clients.**

- **Utilisez des emojis, mais n'en faites pas trop.**

- Si votre légende est accrocheuse, attrayante et suffisamment longue (séparée par des espaces), cela vous aidera à obtenir plus de temps de visionnage sur votre bobine (surtout s'il s'agit d'un court clip de 5 à 7 secondes), ce qui signifie qu'elle devra être repoussée. à plus de personnes.

- Assurez-vous d'inclure votre crochet, votre CTA, vos hashtags et mots-clés, ainsi que votre signature à la fin.

VOTRE SIGNATURE

Votre signature est un appel d'une phrase à vous suivre que vous mettrez à la fin de chaque légende. Cela dira très rapidement à vos téléspectateurs qui vous êtes et pourquoi ils voudraient vous suivre.

J'ai remarqué une augmentation substantielle du nombre de mes abonnés lorsque j'ai commencé à mettre en place une simple signature sur chaque vidéo !

La plupart du temps, il sera placé à la toute fin, de sorte que seules les personnes intéressées qui liront jusqu'au bout seront invitées à le suivre.

Cependant, il est également avantageux de le placer parfois au début, car tout le monde ne lit pas jusqu'à la fin ! Voici un exemple :

« Tout d'abord, suivez @amplifyyour Income pour plus de conseils sur les réseaux sociaux »

Voici ce que j'utilise sur la plupart de mes reels :

Suivez @amplifyyour Income pour plus de conseils + de motivation✨

Court, doux, précis. En gros, je dis à mon spectateur de me suivre s'il a aimé cette vidéo et souhaite en voir davantage. Et il fonctionne!

CONSEIL : utilisez la fonction « Remplacement de texte » dans les paramètres de votre téléphone pour enregistrer votre signature à l'aide d'un raccourci afin de ne pas avoir à tout retaper à chaque fois.

HASHTAGS + MOTS-CLÉS

Les hashtags ne sont PAS morts. Beaucoup de gens prétendent qu'ils le sont, mais BEAUCOUP de professionnels recommandent toujours de les utiliser et personnellement, je peux toujours trouver beaucoup de contenu que j'aime en utilisant des hashtags !

Pouvez-vous obtenir une grande portée sans eux ? Bien sûr, mais je ne pense pas que leur utilisation vous fera du mal ! En fait, j'ai découvert que l'utilisation de hashtags sur un tout nouveau compte aide l'algorithme à savoir où regrouper votre contenu et à qui transmettre votre contenu !

Si vous choisissez d'utiliser des hashtags dans votre légende, je me concentrerais sur les hashtags moins saturés. Il est moins probable que votre vidéo soit trouvée avec un hashtag ayant des millions d'utilisations. Une bonne règle de base consiste à utiliser des hashtags entre 50 000 et 100 000 utilisations pour une meilleure visibilité.

Les mots-clés sont un nouvel accent sur Instagram.

Fondamentalement, vous voulez vous assurer que votre texte à l'écran ET votre légende contiennent des mots-clés pertinents afin que l'algorithme diffuse votre contenu aux bonnes personnes.

Par exemple, certains mots-clés que j'aime m'assurer d'inclure quelque part dans ma bobine et/ou ma légende sont : entrepreneur, travail à domicile, produits numériques, marketing numérique, etc. J'aime répéter les mêmes mots-clés dans ma légende environ 4 à 5 fois. pour les meilleurs résultats.

Si votre légende est courte ou si vous souhaitez ajouter des mots-clés, vous pouvez toujours simplement les saisir sous vos hashtags dans votre légende.

PLUS DE CONSEILS INSTAGRAM

Choix de police : utilisez uniquement des polices faciles à lire sur votre vidéo. Si les gens doivent plisser les yeux ou forcer, ou si les mots se fondent dans l'arrière-plan, ils défileront.

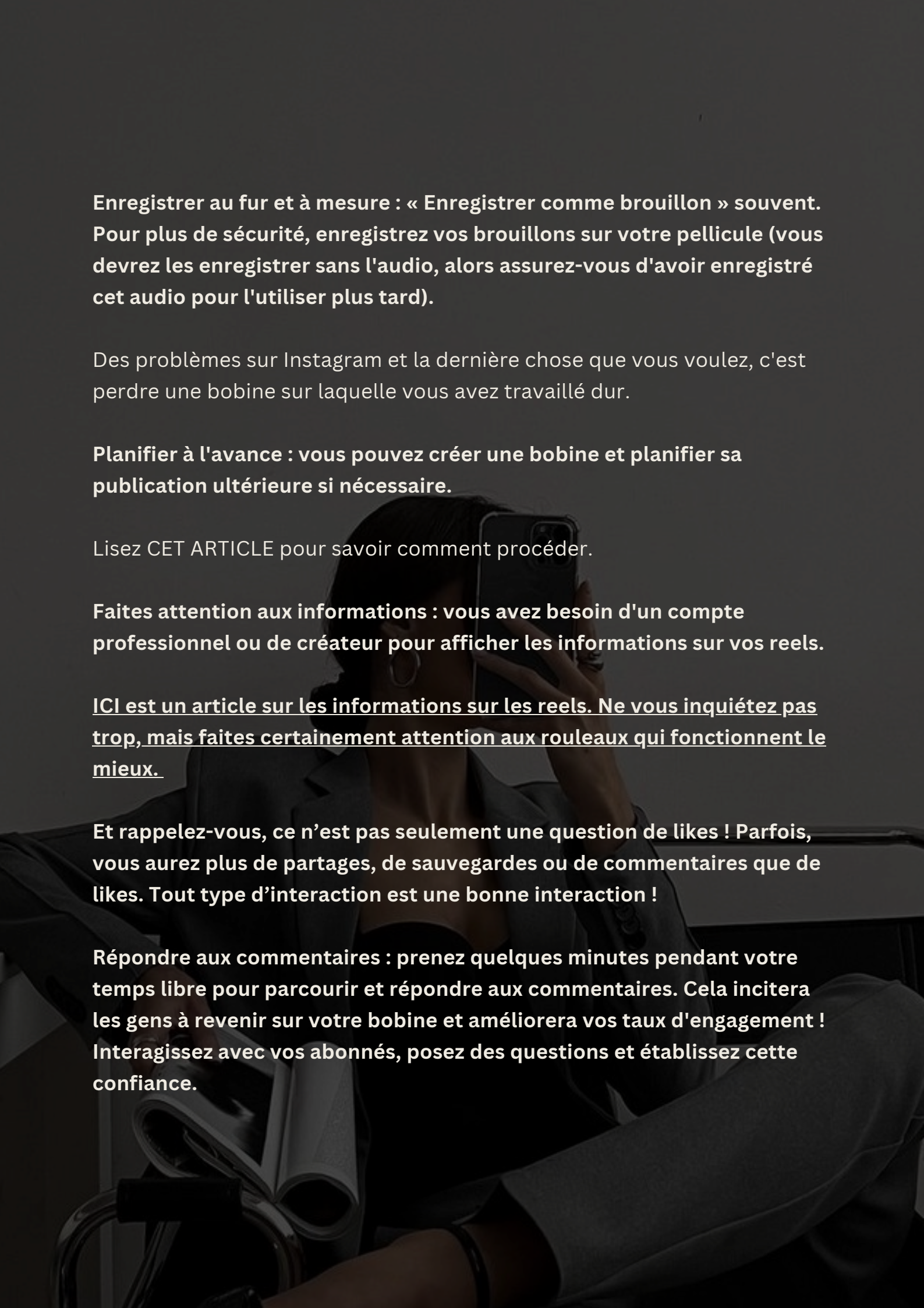
Votre image de marque : en parlant de polices, je vous recommande de rester cohérent avec les polices et les jeux de couleurs que vous utilisez dans votre contenu. Vous voulez que votre marque soit reconnaissable !

Durée de la vidéo : la plupart de vos reels doivent être comprises entre 5 à 7 secondes. C'est un endroit idéal qui a fait ses preuves !

Filtres : n'en faites pas trop avec les filtres et n'utilisez pas de filtres abstraits. Gardez votre contenu aussi naturel et brut que possible. En tant qu'utilisateur actif sur les réseaux sociaux, j'ignore les publications avec des filtres lourds.

Emplacement du texte : assurez-vous que votre texte se trouve dans un endroit facile à lire et qu'il n'est pas masqué par votre nom d'utilisateur, le début de la légende ou un bouton J'aime, commentez ou partagez.

En gros, évitez de placer votre texte tout en haut de vos vidéos, tout en bas et sur les côtés. Concentrez-vous sur le fait de garder tout au centre.



Enregistrer au fur et à mesure : « Enregistrer comme brouillon » souvent. Pour plus de sécurité, enregistrez vos brouillons sur votre pellicule (vous devrez les enregistrer sans l'audio, alors assurez-vous d'avoir enregistré cet audio pour l'utiliser plus tard).

Des problèmes sur Instagram et la dernière chose que vous voulez, c'est perdre une bobine sur laquelle vous avez travaillé dur.

Planifier à l'avance : vous pouvez créer une bobine et planifier sa publication ultérieure si nécessaire.

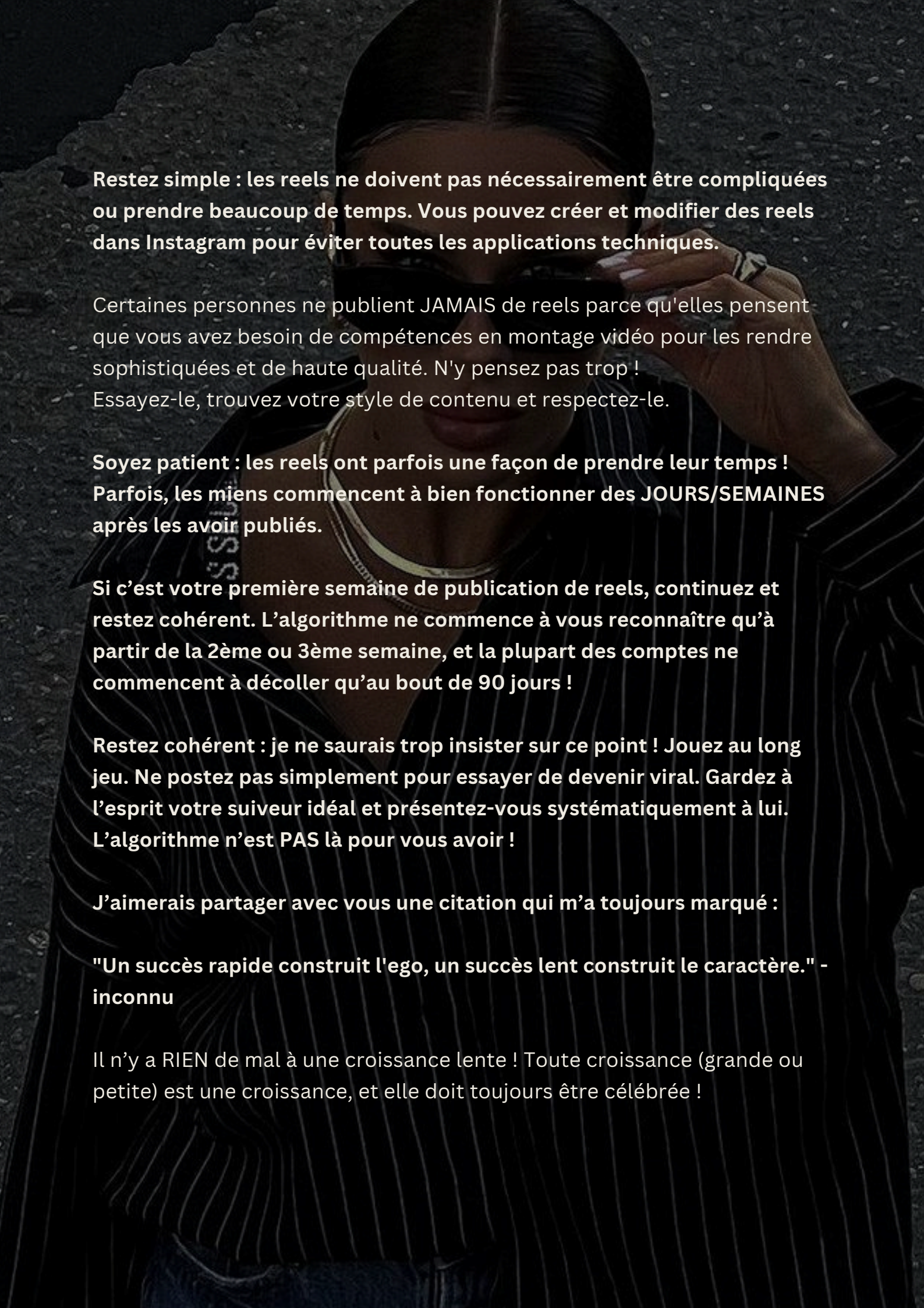
Lisez CET ARTICLE pour savoir comment procéder.

Faites attention aux informations : vous avez besoin d'un compte professionnel ou de créateur pour afficher les informations sur vos reels.

ICI est un article sur les informations sur les reels. Ne vous inquiétez pas trop, mais faites certainement attention aux rouleaux qui fonctionnent le mieux.

Et rappelez-vous, ce n’est pas seulement une question de likes ! Parfois, vous aurez plus de partages, de sauvegardes ou de commentaires que de likes. Tout type d’interaction est une bonne interaction !

Répondre aux commentaires : prenez quelques minutes pendant votre temps libre pour parcourir et répondre aux commentaires. Cela incitera les gens à revenir sur votre bobine et améliorera vos taux d'engagement ! Interagissez avec vos abonnés, posez des questions et établissez cette confiance.



Restez simple : les reels ne doivent pas nécessairement être compliquées ou prendre beaucoup de temps. Vous pouvez créer et modifier des reels dans Instagram pour éviter toutes les applications techniques.

Certaines personnes ne publient JAMAIS de reels parce qu'elles pensent que vous avez besoin de compétences en montage vidéo pour les rendre sophistiquées et de haute qualité. N'y pensez pas trop !
Essayez-le, trouvez votre style de contenu et respectez-le.

Soyez patient : les reels ont parfois une façon de prendre leur temps ! Parfois, les miens commencent à bien fonctionner des JOURS/SEMAINES après les avoir publiés.

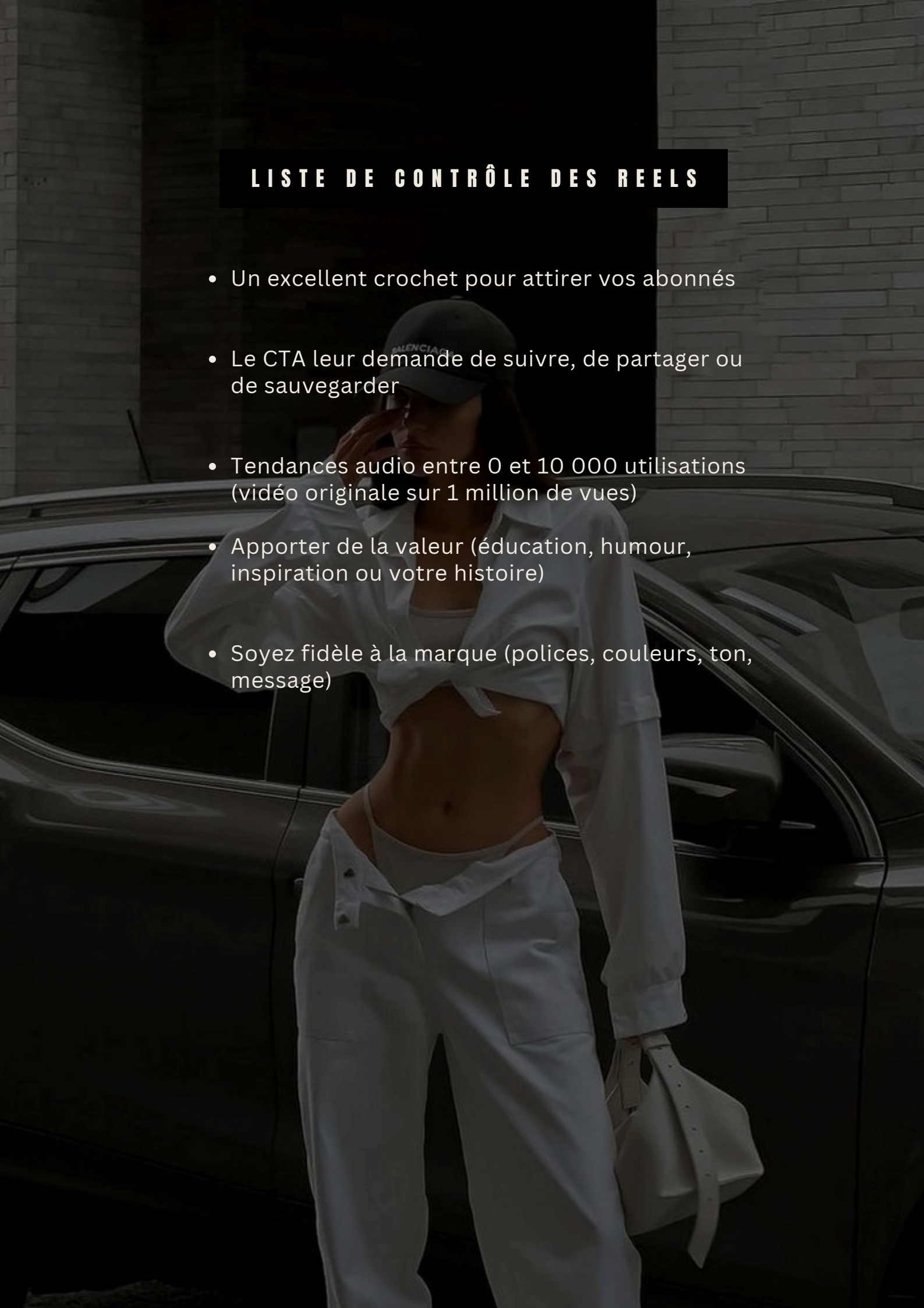
Si c'est votre première semaine de publication de reels, continuez et restez cohérent. L'algorithme ne commence à vous reconnaître qu'à partir de la 2ème ou 3ème semaine, et la plupart des comptes ne commencent à décoller qu'au bout de 90 jours !

Restez cohérent : je ne saurais trop insister sur ce point ! Jouez au long jeu. Ne postez pas simplement pour essayer de devenir viral. Gardez à l'esprit votre suiveur idéal et présentez-vous systématiquement à lui. L'algorithme n'est PAS là pour vous avoir !

J'aimerais partager avec vous une citation qui m'a toujours marqué :

"Un succès rapide construit l'ego, un succès lent construit le caractère." - inconnu

Il n'y a RIEN de mal à une croissance lente ! Toute croissance (grande ou petite) est une croissance, et elle doit toujours être célébrée !



LISTE DE CONTRÔLE DES REELS

- Un excellent crochet pour attirer vos abonnés
- Le CTA leur demande de suivre, de partager ou de sauvegarder
- Tendances audio entre 0 et 10 000 utilisations (vidéo originale sur 1 million de vues)
- Apporter de la valeur (éducation, humour, inspiration ou votre histoire)
- Soyez fidèle à la marque (polices, couleurs, ton, message)

AIDE-MÉMOIRE IG

CHECK-LIST GLOBALE IG

- [ ] **Planifiez à l’avance : ne vous envolez pas. Connaissez votre message, votre accroche et votre appel à l'action avant d'appuyer sur ce bouton d'enregistrement. Je recommande de planifier une semaine de Reels que vous pouvez simplement avoir sous la main.**
- [ ] **La qualité plutôt que la quantité : il est préférable d'avoir une bobine bien conçue plutôt que plusieurs reels médiocres. Investissez du temps dans l’édition pour un look soigné.**
- [ ] **Soyez bref et doux : les reels Instagram doivent durer jusqu'à 7 secondes. N'oubliez pas que moins c'est plus. Visez 5 à 7 secondes pour un engagement maximal.**
- [ ] **Tirez parti de la musique et des effets tendance : utilisez la bibliothèque de musique et d'effets spéciaux tendance d'Instagram, ainsi que des modèles pour rendre vos reels plus attrayantes et partageables.**
- [ ] **Utilisez des légendes : votre accroche a attiré leur attention. Vos sous-titres doivent contenir suffisamment d'informations pour qu'ils restent lisibles, permettant ainsi à votre bobine de continuer à tourner en boucle. C'est génial pour l'algorithme.**
- [ ] **Interagissez avec votre public : répondez aux commentaires et aux questions sur vos reels. Cela favorise non seulement la communauté, mais augmente également la visibilité de votre Reel. Utilisez des outils d’automatisation pour vous aider et gagner du temps.**
- [ ] **Analysez et adaptez-vous : utilisez Instagram Insights pour suivre les performances de vos reels. Prenez note de ce qui fonctionne et affinez votre stratégie en conséquence.**
- [ ] **Soyez authentique : l’authenticité résonne. Soyez vous-même et votre public sera plus susceptible de s'engager et de donner suite à votre appel à l'action.**
- [ ] **La cohérence est la clé : une publication régulière augmente vos chances de réussir. Essayez de publier au moins 4 à 5 fois par semaine pour maintenir l'engagement de votre public et attirer de nouveaux abonnés.**
- [ ] **Promotion croisée : ne limitez pas vos reels à Instagram. Partagez-les sur d'autres plateformes sociales et même dans vos newsletters par e-mail pour maximiser la portée.**

HISTOIRES INSTAGRAM

Publier sur vos histoires Instagram est un élément de votre stratégie marketing que vous ne voulez pas ignorer !

Les personnes qui regardent vos histoires s'intéressent à vous et à ce que vous avez à offrir ! Je les appelle les « leads les plus chauds ».

Je recommande d'apparaître dans vos histoires et de partager des éléments tels que : des mises à jour sur vos ventes, des captures d'écran des messages/témoignages entrants, ou même simplement un aperçu de votre vie quotidienne. Ce sont tous d'excellents moyens d'établir une connexion avec votre public.

Si vous ne savez pas trop quoi partager ou comment mettre en page vos histoires, commencez à observer les histoires d'autres propriétaires d'entreprise sur Instagram pour voir comment ils utilisent les leurs. Et bien sûr, n'hésitez pas à consulter le mien pour vous inspirer également !

Une fois que vous aurez commencé à publier des histoires qui peuvent être utiles à votre public, vous souhaiterez créer des faits saillants pour votre profil.

Je recommande d'avoir des faits saillants pour des choses comme :

Vos résultats Votre histoire/votre pourquoi FAQ Informations sur votre cadeau Informations sur votre produit numérique Témoignages

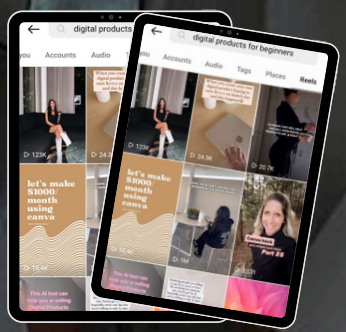
Vous ne savez pas comment ajouter un surlignage ? Pas de transpiration! Vous pouvez utiliser CE LIEN pour savoir comment ajouter une histoire à un moment fort.

CONSEIL:

Vous pouvez même utiliser Canva pour créer vos propres couvertures Highlight avec les couleurs de votre marque, ou en acheter pour quelques dollars sur Etsy en recherchant « Highlights Instagram » !



Besoin d'inspiration ? Si jamais vous êtes à court d'idées, n'hésitez pas à parcourir Instagram pour vous inspirer d'autres créateurs de votre niche. Vous avez peut-être remarqué que les gens se modèlent souvent les uns les autres - et ce n'est pas grave à condition de ne pas copier mot à mot !



Sur la page suivante, j'ai inclus quelques idées d'histoires que vous pouvez utiliser !

AIDE-MÉMOIRE IG

IDÉES DE STORIES INSTAGRAM

- Partagez pourquoi vous avez démarré votre entreprise
- Partagez ce qui a inspiré votre image de marque ou votre nom
- Partagez ce qui a inspiré un certain produit
- Partagez vos valeurs fondamentales et pourquoi elles comptent pour vous
- Partagez votre mission et pourquoi votre public en fait partie
- Partagez avec vous une avancée majeure réalisée par un client
- Partagez votre histoire de transformation, avant – pendant – après
- Partagez une difficulté ou une lutte et comment vous l'avez surmontée
- Partagez une erreur que vous avez commise et ce que vous en avez appris
- Partagez une histoire sur quelque chose qui s'est passé cette semaine
- Partagez une leçon que vous avez apprise cette semaine et comment cela peut les aider également
- Partagez une idée fausse courante sur vous-même ou votre marque
- Partagez quelque chose sur vous avec lequel votre public cible s'identifiera
- Partagez un changement de mentalité que vous avez eu lors de l'utilisation de votre produit
- Partagez une histoire drôle ou quelque chose qui vous a fait sourire
- 3 conseils pour vous aider _____
- 5 outils pour vous aider_____ Démystifier un mythe de l'industrie
- Partagez une statistique choquante liée à votre secteur
- Partager un tutoriel
- Partagez un hack permettant de gagner du temps lié à votre secteur d'activité
- Partagez un hack pour économiser de l'argent lié à votre secteur
- Interviewer un autre expert du secteur
- Faites une séance de questions-réponses répondant aux principales questions de l'industrie
- Relevez un défi de 7 jours en perdant des connaissances chaque jour
- Créez un message « Demandez-moi n'importe quoi » et répondez dans les commentaires
- Partagez les meilleurs sites Web du secteur pour vous aider
- Partagez les meilleurs livres à lire dans votre secteur
- Partagez les meilleurs podcasts à écouter dans votre secteur
- Partagez des applications utiles dans votre secteur
- Expliquez pourquoi quelque chose est ainsi dans votre secteur
- Partagez un ou deux faits historiques liés à l'industrie
- Partagez les erreurs à éviter dans votre secteur
- Partagez une liste de contrôle pour quelque chose lié à l'industrie
- Partager les avis des clients
- Partagez une histoire de transformation client (de votre point de vue)
- Partager le contenu généré par les utilisateurs (par exemple, unboxing)
- Faire une démonstration du produit / démonstration de son fonctionnement

AIDE-MÉMOIRE IG

IDÉES DE STORIES INSTAGRAM

- Faire une comparaison de produit avec un concurrent
- Partagez des conseils sur la façon de tirer le meilleur parti de votre produit
- Partagez une façon unique et inattendue d'utiliser votre produit
- Partagez ce qui rend votre produit unique
- Partagez ce que les clients disent qu'ils préfèrent à propos de votre produit et pourquoi
- Demandez à un ami/étranger de faire une évaluation impromptue du produit
- Faites une visite guidée du produit (montrez tout ce que vous proposez)
- Demander des commentaires sur les produits
- Partagez un avant et un après l'utilisation de votre produit
- Partagez une idée fausse courante sur votre produit
- Résoudre une objection courante concernant l'utilisation de votre produit
- Partagez comment votre produit fait gagner du temps aux gens
- Partagez comment votre produit permet réellement aux gens d'économiser de l'argent
- Montrez à quoi ressemblerait la vie avec votre produit
- Montrez à quoi ressemblerait la vie SANS votre produit
- Partagez une citation ou une pensée de motivation
- Appelez votre client cible en décrivant qui vous recherchez
- Créez du contenu « pertinent » basé sur une frustration de l'industrie ou un moment amusant
- Présentez visuellement votre communauté et ce que vous représentez
- Partagez une pensée aléatoire avec laquelle votre client cible serait d'accord
- Appelez un problème de votre client cible et résolvez-le
- Montrez à quel point vous ressemblez à votre client cible
- Partagez une histoire de motivation sur un client
- Partagez votre souvenir préféré d'un client/de votre entreprise
- Montrez comment vos clients sont connectés les uns aux autres
- Partagez vos créateurs ou experts préférés à suivre dans l'industrie
- Organisez une rencontre de l'industrie (virtuelle ou en personne)
- Partagez une opinion impopulaire avec laquelle votre client cible serait d'accord
- Partagez un fait inhabituel ou inconnu sur votre communauté
- Partagez quel produit quelqu'un devrait acheter en fonction de ses caractéristiques
- Partager une étape importante dans votre entreprise ou votre communauté
- Montrez comment vous améliorez votre communauté environnante
- Expliquez pourquoi quelqu'un voudrait faire partie de votre communauté



CHAPITRE ONZE

IL EST TEMPS DE COMMENCER !

IL EST TEMPS ALLER!

YAY! Vous avez atteint la phase de lancement, ce qui signifie IL EST TEMPS, GF !

Une fois que vous avez confirmé que vos produits, votre Stan Store, vos flux de courrier électronique (facultatif) et votre Instagram fonctionnent tous correctement et sont configurés correctement, vous souhaiterez lancer officiellement votre produit et commencer à en faire la promotion.

Voici quelques choses amusantes que vous pouvez faire pour augmenter les ventes avec votre lancement :

Faites un court PRÉ-LANCEMENT où vous commencez à laisser entendre sur votre Instagram que quelque chose de nouveau et de génial arrive. Créez un compte à rebours. Invitez des personnes à vous envoyer un message gratuit pour ce cadeau s'il est déjà prêt. Attisez le battage médiatique !

Proposez une promotion de lancement ou un « tarif de lancement » spécial. Vous pouvez le proposer à votre public pendant environ une semaine et en faire la promotion à la fois sur IG et dans vos e-mails gratuits. N'oubliez pas de parcourir ces e-mails une fois la promotion de lancement terminée pour supprimer les sections dans lesquelles vous le mentionnez !)

Créez du battage médiatique dans vos histoires et vos publications ! Prenez des captures d'écran des nouvelles ventes ou donnez des mises à jour sur ce qui se passe tout au long du lancement (et bien sûr, vous pouvez CONTINUER à le faire même APRÈS la fin du lancement !)

N'oubliez pas de pousser votre billet de faveur ! Même si les gens ne sont pas prêts à acheter maintenant, vous pouvez toujours les inscrire sur votre liste de diffusion en leur offrant votre cadeau et les nourrir jusqu'à ce qu'ils soient prêts à acheter au fil du temps.

Je suis TELLEMENT fière de toi d'être arrivé jusqu'ici ! Beaucoup de gens parlent, mais ils ne mettent pas les actes en pratique ! As-tu une idée de ce que tu viens de faire ? Vous venez de vous affirmer que votre temps vaut plus qu'un 9-5 sans issue. Votre famille vaut plus qu'un week-end de 2 jours. Votre vie vaut la peine d'être vécue ! BRAVO!

Je veux que tu te souviennes encore d'une chose. Le succès vient à ceux qui restent cohérents, persévèrent dans les moments difficiles, apprennent et grandissent de leurs erreurs et gardent un état d'esprit positif !

PS. VOTRE ESPRIT EST TOUT !

Oh



CONNECTEZ-VOUS SUR INSTAGRAM
Envoyez-moi un message sur IG (METTEZ VOTRE NOM IG ICI) pour poser des questions ou me faire savoir comment les choses se passent.
J'aimerais célébrer avec vous!



PRODUIT AVEC DROIT DE REVENTE

GAGNER UN SALAIRE EN LIGNE

LE GUIDE COMPLET

Ce guide vous montrera étape par étape comment se créer son premier revenu en ligne en partant de zéro avec le Marketing Digital et les Produits Digitaux.

CRÉER PAR DIGITAL SUCCESS ACADEMY

CLIQUEZ ICI POUR REJOINDRE LA DSA

GAGNER

un salaire en ligne.

SOMMAIRE

C'est quoi le PLR ?

Comment se lancer ?

Le Succès sur Insta

Marketing Digital

Contenu Faceless

30 Descriptions / Hooks

30 Idées Réels / Stories

Le bon Mindset

Couverture Réels

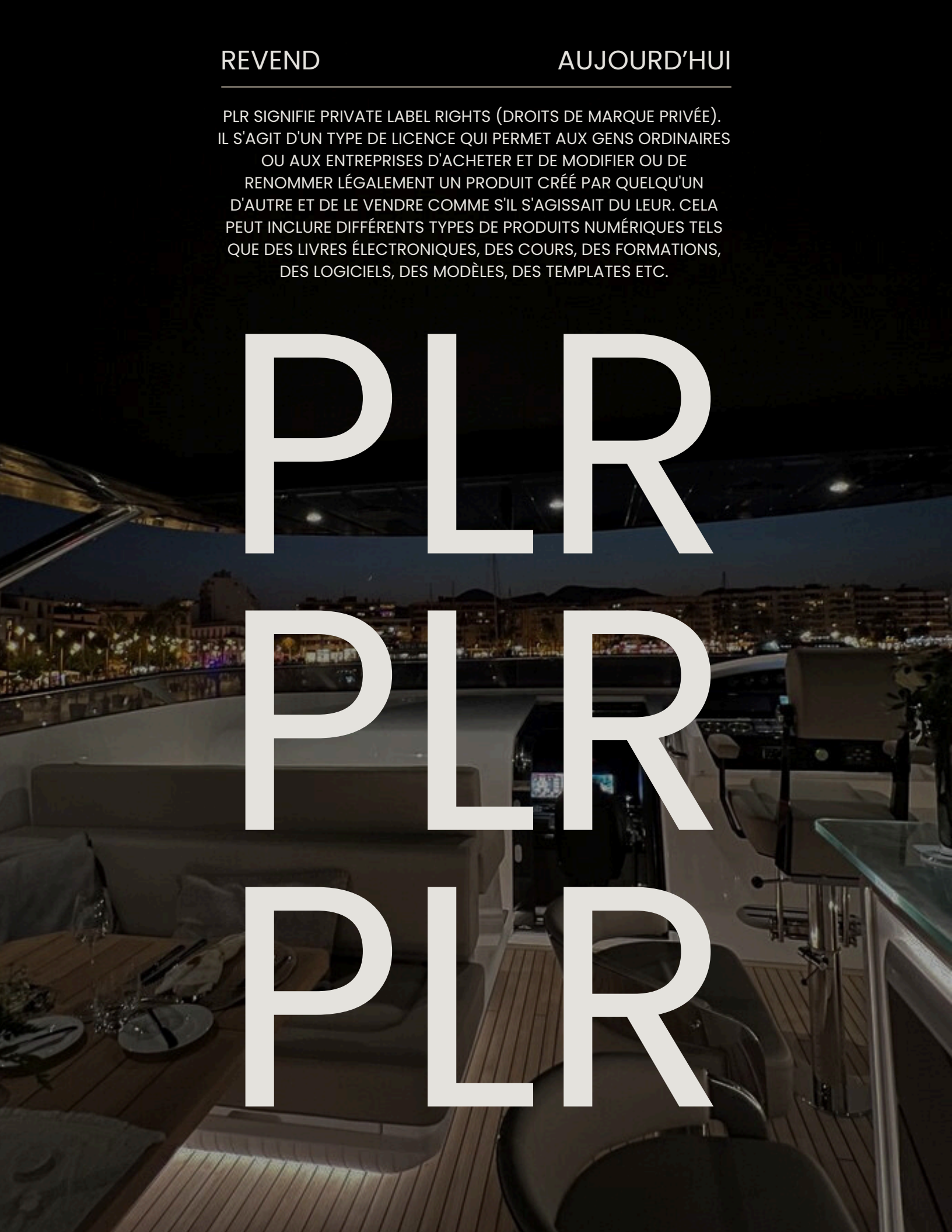
Certificat PLR

UN LIVRE ÉLECTRONIQUE (EBOOK) COMPLET QUI VOUS GUIDE ÉTAPE PAR ÉTAPE DANS LE PROCESSUS DE CRÉATION ET DE DÉVELOPPEMENT D'UN COMPTE INSTAGRAM RENTABLE SANS MONTRER VOTRE VISAGE ET SANS TRAVAILLER PLUS D'UNE HEURE PAR JOUR.

REVEND AUJOURD'HUI

PLR SIGNIFIE PRIVATE LABEL RIGHTS (DROITS DE MARQUE PRIVÉE). IL S'AGIT D'UN TYPE DE LICENCE QUI PERMET AUX GENS ORDINAIRES OU AUX ENTREPRISES D'ACHETER ET DE MODIFIER OU DE RENOMMER LÉGALEMENT UN PRODUIT CRÉÉ PAR QUELQU'UN D'AUTRE ET DE LE VENDRE COMME S'IL S'AGISSAIT DU LEUR. CELA PEUT INCLURE DIFFÉRENTS TYPES DE PRODUITS NUMÉRIQUES TELS QUE DES LIVRES ÉLECTRONIQUES, DES COURS, DES FORMATIONS, DES LOGICIELS, DES MODÈLES, DES TEMPLATES ETC.

PLR PLR PLR



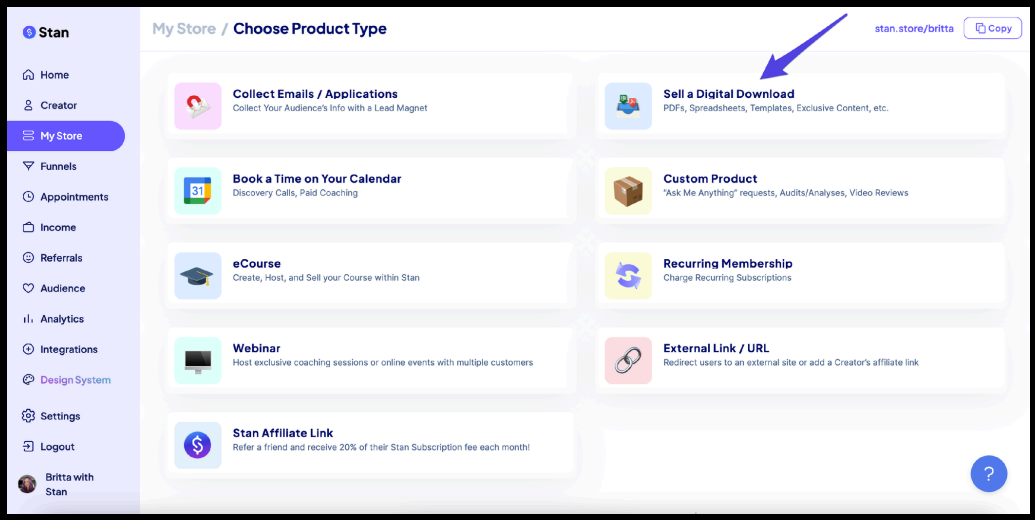

Vous Gardez
100%
NET

VENDRE CE PRODUIT EN UTILISANT STANSTORE

PRODUIT
digital

Sauvegarde ce guide comme PDF sur ton ordinateur.

1. Pars sur Stan Store (clique ici pour 14 jours d'essaie)
2. Clique sur 'My Store' (à gauche)
3. Clique sur 'Add Product' (en bas)
4. Choisi l'option de 'Sell a Digital Download' (comme le screenshot en bas)



Stan store est une bonne plateforme pour commencer, après ya Gumroad, Linktree, Beacons, SystemIO ... (choisir celle que tu souhaites - l'idée c'est juste d'avoir un lien par la suite pour vendre ce produit)

VENDRE CE PRODUIT EN UTILISANT STANSTORE

PRODUIT digital

Vous allez ajouter un « titre » qui s'affichera comme « nom du produit ».

La zone de description de votre Stan Store est l'endroit où vous pouvez fournir des informations détaillées sur votre produit. C'est l'occasion de mettre en valeur les plus et les avantages de votre offre auprès des clients potentiels.

Voici quelques éléments clés à inclure dans votre zone de description :

1. Titre du produit : commencez par indiquer clairement le titre de votre produit ou service numérique. Soyez concis et accrocheur.

2. Présentation du produit : donnez un bref aperçu de ce qu'est votre produit ou service. Expliquez son objectif, le problème qu'il résout ou les avantages qu'il offre à vos clients.

3. Principales caractéristiques : mettez en évidence les principales caractéristiques ou composants de votre produit. Cela peut inclure des modules, des chapitres ou des sections spécifiques, ou tout aspect unique qui permet à votre offre de se démarquer.

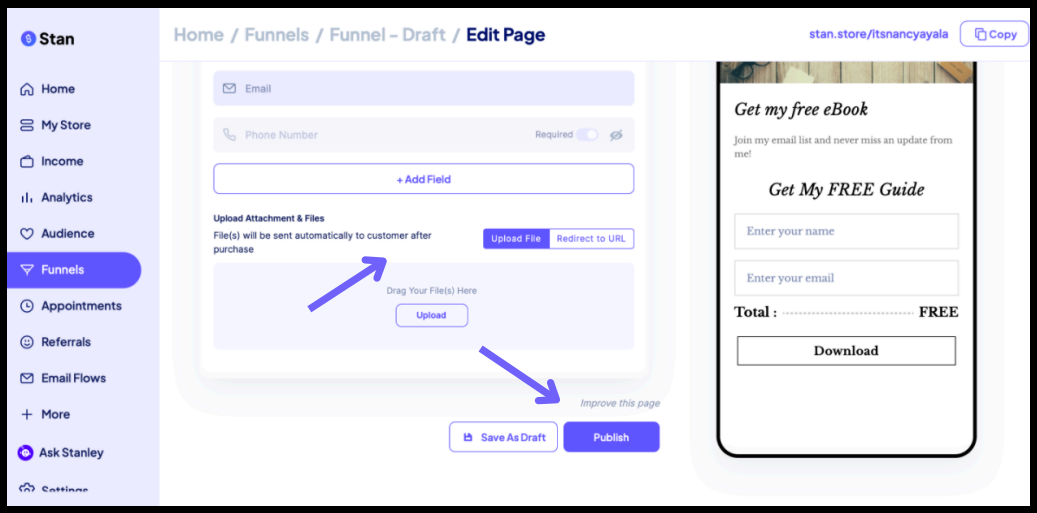
4. Public cible : définissez clairement à qui votre produit ou service est destiné. Décrivez le public ou le créneau spécifique qui en bénéficiera le plus.

N'oubliez pas de rédiger une description claire, concise et attrayante. Utilisez un langage persuasif et concentrez-vous sur les avantages et la valeur que votre produit ou service offre. En fournissant une description convaincante, vous pouvez attirer des clients potentiels et augmenter vos chances de réaliser des ventes sur votre Stan Store.

VENDRE CE PRODUIT EN UTILISANT STANSTORE

PRODUIT publié

Allez-y et uploader votre « PDF » qui contiendra ce produit que vous venez de télécharger sur votre ordinateur.



Votre produit devrait maintenant apparaître sur votre boutique Stanstore !

Vous êtes prêt à recevoir des ventes. Une fois l'achat effectué, votre client recevra le PDF (Cet Ebook) avec les droits de reventes.

ASSUREZ-VOUS DE FIXER LE PRIX DE CE PRODUIT À AU MOINS 47 €

INSTA

CRÉER UN COMPTE SUR INSTA RÉUSSI

INSTAGRAM type de compte.

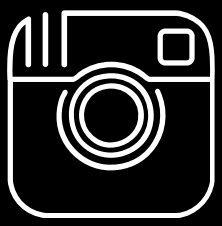
Créer un compte de créateur sur Instagram

- Accédez à votre profil et appuyez sur dans le coin supérieur droit.
- Appuyez sur Paramètres et confidentialité..
- Sélectionnez Compte..
  - Si vous migrez depuis un compte personnel, choisissez Passer au compte professionnel et appuyez sur Créateur.
  - Si vous migrez depuis un profil professionnel, choisissez Passer au compte de créateur..
- Sélectionnez votre catégorie. Vous pouvez choisir une catégorie qui décrit le mieux ce que vous faites.
- Si vous le souhaitez, connectez-vous à votre page Facebook.
  - Si vous avez une page Facebook que vous souhaitez lier à votre compte, sélectionnez-la dans la liste qui s'affiche..
  - Si vous ne souhaitez pas lier une page Facebook, sélectionnez Ignorer..
- Vérifiez vos coordonnées. Remarque : au moins une forme d'information de contact est requise. Vous aurez la possibilité d'afficher ou de masquer cela sur votre profil.
- Choisissez vos options d'affichage de profil. Vous pouvez décider de masquer ou d'afficher votre catégorie et vos coordonnées sur votre profil (je vous recommande de les masquer pour maximiser l'espace de votre bio)

Une fois votre compte de créateur configuré, vous aurez accès au tableau de bord professionnel pour voir vos informations et vérifier votre éligibilité à utiliser les outils de monétisation sur Instagram.

CRÉER UN COMPTE SUR INSTA RÉUSSI

INSTAGRAM bio.



Nom : utilisez des mots-clés liés à votre niche.

Première ligne : quel problème résolvez-vous ?

Deuxième ligne : votre objectif ou vos réussites

Troisième ligne : intégrez des mots-clés pertinents dans votre bio pour l'optimiser pour la recherche. Pensez aux mots ou expressions que votre public cible pourrait utiliser lors de la recherche de contenu ou de comptes comme le vôtre.

Quatrième ligne : appel à l'action : incluez un appel à l'action clair dans votre bio pour encourager les visiteurs à effectuer une action spécifique, comme visiter votre site Web ou récupérer votre cadeau.

Lien dans la bio : ajoutez votre LIEN Stan Store !

Mettez à jour régulièrement : votre bio n'est pas gravée dans la pierre. À mesure que votre marque ou votre entreprise évolue, assurez-vous de mettre à jour votre bio en conséquence. Cela peut inclure l'ajout de nouvelles réalisations, la modification de votre appel à l'action ou la mise à jour de vos mots-clés.

N'oubliez pas que votre bio est souvent la première impression que les gens ont de vous sur Instagram, alors faites-la convaincante, informative et engageante. Expérimentez différentes approches et surveillez l'impact sur votre portée et votre engagement pour trouver ce qui fonctionne le mieux pour vous.

CRÉER UN COMPTE SUR INSTA RÉUSSI

INSTAGRAM profil.

Photo de profil : lorsque vous choisissez une photo de profil Instagram, il est important de prendre en compte les éléments suivants :

1. Clarté et visibilité : choisissez une photo de profil claire, bien éclairée et facilement reconnaissable, même en petite taille. Évitez d'utiliser des images floues ou pixelisées.

2. Image de marque : pensez à utiliser une photo de profil qui s'harmonise bien avec vos Highlights Instagram. Cela aidera votre page à rester cohérente et homogène.

N'oubliez pas que votre photo de profil Instagram est l'une des premières choses que les gens voient lorsqu'ils découvrent votre compte, alors assurez-vous qu'elle vous représente, vous ou votre marque, de manière efficace et qu'elle laisse une impression durable.

Où puis-je créer un logo et des couvertures de Highlight ? J'utilise Canva !

Tapez « Logo » dans la barre de recherche pour les logos

Tapez « Instagram Highlight Covers » pour Highlight couverture

CONFIGURATION DES

HIGHLIGHTS



C’EST QUOI LE MRR?

Vous pouvez expliquer ce qu'est le MRR dans cet article. Expliquez les avantages.



TÉMOIGNAGE

Vous pouvez partager des témoignages de petites et de grandes victoires.



Q&A

Je vous recommande de partager souvent une boîte à questions sur votre story. Vous pouvez en fait vous poser des questions courantes, puis répondre, puis partager la question et y répondre dans votre story ou via Réel.



INFO

Vous pouvez partager des informations sur le(s) produit(s) que vous vendez.

Afin de créer un story Instagram en vedette, vous devez déjà l'avoir partagé dans votre story Instagram.

CRÉER UN COMPTE SUR INSTA RÉUSSI

INSTAGRAM réels.

Astuces:

Utilisez des audios tendance : moins de 10 000 utilisations avec la première vidéo virale utilisant l'audio.

Vérifiez la flèche pointant vers le haut lorsque vous choisissez un audio. (cela signifie qu'il est tendance).

Faites en sorte que votre reel dure entre 4 et 7 secondes. Instagram privilégie le temps de visionnage, donc si vous créez une vidéo en boucle avec une longue déscription, votre public passera plus de temps sur votre publication.

Utilisez une accroche visuelle pour capter l'attention de votre public dès le début de votre réel. Tout aussi important que l'accroche visuelle, utilisez un mot-clé sur l'écran à l'ouverture du réel pour référencer le post.

Utilisez 3 à 5 hashtags pertinents dans la légende.

Enfin, ajoutez de la valeur !

N'essayez pas de vendre à votre public chaque publication.

Emmenez-les avec vous dans une discussion.

Les gens se connectent aux histoires qui évoquent des émotions.

CRÉER UN COMPTE SUR INSTA RÉUSSI

INSTAGRAM audio.

Considérez votre flux Reels comme une page d'exploration Reels, unique pour vous et le meilleur endroit pour trouver les Reels tendance des créateurs de contenu que vous suivez et de ceux que vous ne suivez pas, en fonction de votre comportement (c'est ainsi que fonctionne l'algorithme d'Instagram).

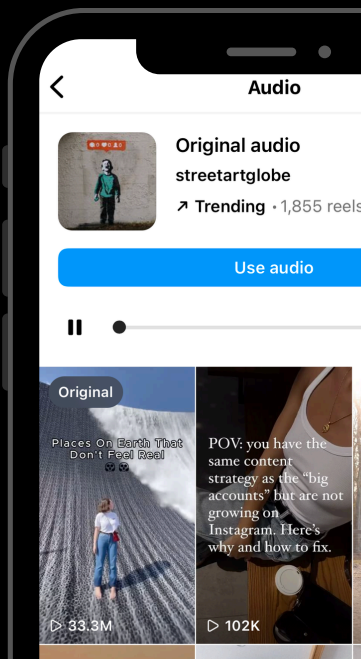
Faites attention aux autres clips qui gagnent du terrain dans votre niche : c'est un excellent endroit pour trouver des tendances et des idées Instagram Reels et tirer le meilleur parti des modèles Instagram Reels également.

Voici comment trouver les Reels tendance :

Dans l'application Instagram, appuyez sur l'icône vidéo Reels en bas à droite de l'écran.

Trouvez un Reel avec un son que vous aimez, puis appuyez sur l'artiste et le titre (à côté de la petite note de musique) en bas à gauche de la vidéo.

Cela vous amènera à la page audio. Ici, vous saurez combien de fois le son a été utilisé, d'où vient le son Reel à l'origine, ainsi que toutes les autres vidéos dans lesquelles il a été présenté et combien de vues elles ont été.



Si vous avez un compte pro sur Insta, cliquez sur tableau de bord professionnel et descendez en bas pour avoir des recommandations d'audios tendances par Insta en se basant sut votre profil.



checklist

Des phrases accrocheuses
Il est essentiel d'avoir une phrase accrocheuse dans vos 2 premiers secondes , car elle attire immédiatement l'attention des gens. C'est comme la partie passionnante au début d'une histoire qui vous donne envie de continuer à regarder. Avec une accroche, vous vous assurez que les spectateurs sont intéressés et intrigués dès le début, augmentant ainsi les chances qu'ils regardent toute le réel et se souviennent de ce qu'ils ont vu..

Déscription
Les légendes sont similaires aux accroches et aux appels à l'action, elles ont une importance immense, en particulier la première ligne, car c'est ce que votre public peut lire au départ. Une excellente première phrase captivante dans votre légende peut susciter l'intérêt du public et l'encourager à lire ce que vous avez à dire..



checklist

L’appel à Action
Un CTA fournit une direction claire aux spectateurs après avoir regardé votre reel. Il peut s'agir de visiter votre site Web, de suivre vos comptes de réseaux sociaux ou de s'inscrire à votre newsletter ou encore de commenter votre post.

Hashtags
Les hashtags sur les reels Instagram sont essentiels pour augmenter la découvrabilité. Ils aident votre contenu à atteindre un public plus large en le catégorisant et en le rendant consultable. Les hashtags pertinents peuvent connecter votre contenu à des sujets tendance ou à des communautés de niche, augmentant ainsi les chances d'engagement et de visibilité.

BRANDING
INSTAGRAM
faceless.

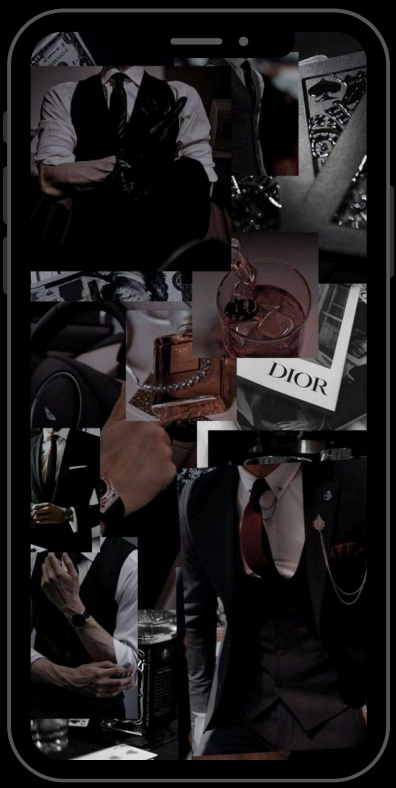
Avec un compte Faceless - sans visage ou encore en mode inscognito, il est important d'avoir un branding cohérent. Pas seulement pour l'esthétique, mais cela vous aide à vous démarquer.

L'image de marque va au-delà des couleurs et des polices. Votre mission, ce que vous représentez et votre ton en font tous partie.

CLIQUEZ ICI pour un hack esthétique sombre sur Instagram (si le lien ne fonctionne pas, appuyez sur Ouvrir en haut à côté de l'icône)

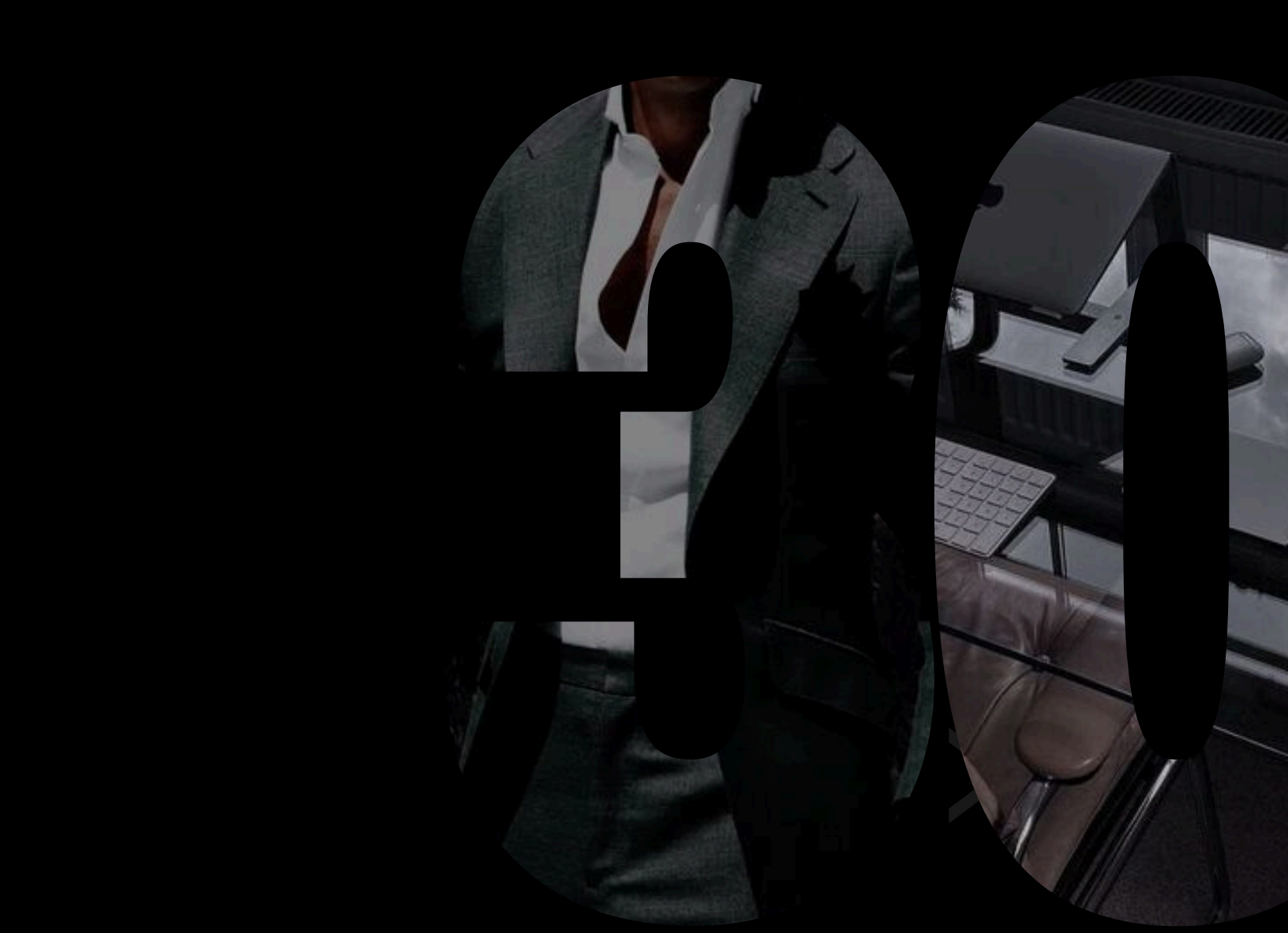






30 RÉELS - HOOKS SUR INSTAGRAM





REEL 01

Hook: « Je l'ai finalement fait ! » / enfin lancé

Légende: Présentez votre produit digital et expliquez comment il peut permettre aux autres de vendre efficacement leurs produits numériques.
Commentez/envoyez un DM « INFO » pour en savoir plus !

REEL 02

Hook: « J'ai ouvert ce compte Faceless il y a 5 jours et... »

Légende: Expliquez à votre public la rapidité avec laquelle il peut configurer ses systèmes et démarrer son parcour de marketing digital.
Tout ce dont vous avez besoin est dans ma bio !

REEL 03

Hook: « Ce qu'ils ne veulent pas que vous montrez »

Légende: Personne ne veut que vous sachiez que le salaire moyen d'un spécialiste du marketing digital est de 177 566 € par an. Cela représente 14 798 € par mois et vous n'avez pas besoin d'expérience préalable ni de diplôme.

REEL 04

Hook: « On vous paye pendant que vous dormez ! »

Légende: « Expliquez à votre public comment le marketing numérique peut leur faire gagner de l'argent pendant qu'ils dorment.
Commentez/envoyez un message privé « Prêt » pour commencer !

REEL 05

Hook: « Un seul produit, des ventes à l'infini ! »

Légende: Achetez une fois, vendez pour toujours ! Découvrez comment créer un produit numérique rentable.
Commentez/envoyez un message privé « Info » pour en savoir plus !

REEL 06

Hook: « Votre passe-temps peut vous faire gagner un salaire ! »

Légende: « Vous aimez ce que vous faites ? Pourquoi ne pas être payé pour cela ! Apprenez à transformer votre passe-temps en un produit digital rentable.
envoyez « Passion » en message privé pour commencer !

REEL 07

Hook: « Faites évoluer vos revenus, pas vos heures de taff ! »

Légende: « Le temps, c'est de l'argent, mais qui a dit qu'il fallait échanger l'un contre l'autre ?
Commentez/envoyez un message privé « REVENUS » pour en savoir plus !

REEL 08

Hook: « Voici pourquoi les produits digitaux sont l'avenir ! »

Légende: « L'avenir est digital, et vos produits devraient l'être aussi. Découvrez pourquoi les produits digitaux sont l'avenir de l'entrepreneuriat.
Commentaire/DM « Apprendre » discutons-en !

REEL 09

Hook: « Voici ce que vous devez savoir sur le MRR »

Légende: J'ai enfin compris comment les gens gagnent des milliers d'€ par jour grâce au marketing digital.
Éduquez votre public sur le MRR.
Commentaire/DM « Comment »

REEL 10

Hook: « Cela peut être vous aussi, voici comment »

Légende: Il devrait s'agir d'une possibilité de partage des résultats. Expliquez à votre public comment ces résultats peuvent également être les leurs.
Commentez/DM « Prêt » pour commencer !

REEL 11

Hook: « Voici ce qu'une décision peut faire »

Légende: Vous pouvez travailler 2 à 3 heures par jour depuis votre téléphone pour promouvoir des produits que vous n'avez même pas créés. (Dites-leur comment) Commentez/DM « Prêt » pour commencer !

REEL 12

Hook: « Votre téléphone peut vous faire gagner de l'argent »

Légende: Vous pouvez travailler 2 à 3 heures par jour en tant qu'activité secondaire et gagner des milliers de dollars par mois.
envoyez un MP « Comment » pour en savoir plus !

REEL 13

Hook: « Appel à toutes les filles timides » (segment spécifique)

Légende: Vous pouvez gagner un revenu sans montrer votre visage. Voici comment (orientez-les vers l'achat de votre produit en premier)
Commentez un MP « No Face » pour commencer !

REEL 14

Hook: "C'est toi ?"

Légende: Si vous souhaitez gagner un revenu en ligne mais ne voulez pas montrer votre visage, voici comment vous pouvez le faire (décomposez quelques étapes pour commencer)
Commentez/DM « Démarrer » pour commencer !

REEL 15

Hook: « Je ne sais pas qui a besoin d'entendre ça mais… »

Légende: Si vous ne vouliez pas vous lancer dans le marketing digital parce que vous ne vouliez pas vous montrer, vous n'êtes plus obligé de le faire !
Commentaire/DM « Prêt » laissez-moi vous aider !

REEL 16

Hook: « Je n'arrive pas à y croire »

Légende: Si vous avez déjà réalisé une vente, partagez votre gain, mais vous pouvez dire que les gens gagnent des milliers de € en vendant des produits qu'ils n'ont même pas créés.
Commentaire/DM « Comment » pour les détails

REEL 17

Hook: « Vous voulez vous lancer dans le marketing digital ? »

Légende: Voici les produits que vous pouvez récupérer chez moi aujourd'hui et commencer à vendre immédiatement !
(énumérez ce que vous proposez)
Récupère tout dans la bio !

REEL 18

Hook: « Je suis choqué »

Légende: Mon objectif ultime avec ce business était de générer un revenu supplémentaire et… (partagez pourquoi vous avez démarré et pourquoi)
Envoyez un message privé « Prêt » si vous en avez besoin !

REEL 19

Hook: « Vous continuez à voir les résultats, cela peut être vous »

Légende: Vous n'êtes plus qu'à une décision de gagner un revenu de manière passive.
Commentez/envoyez un message privé « Comment » si vous êtes prêt !

REEL 20

Hook: «Voici votre solution»

Légende: Si vous souhaitez gagner un revenu passif avant la fin du mois, vous allez vouloir continuer à lire. (Dites à votre public comment il peut commencer avec vous)
Commentez/DM « Démarrer » pour commencer !

REEL 21

Hook: « Étapes pour créer un compte Faceless »

Légende: Dirigez votre public vers l'achat de ce produit chez vous et expliquez pourquoi !
Commentez/envoyez un message privé « Guide » si vous en avez besoin !

REEL 22

Hook: « Voilà pourquoi j'ai arrêté de me soucier de ce qu'ils diraient »

Légende: Je suis tellement heureuse d'avoir arrêté de me soucier de ce que les autres pourraient penser (parlez-nous de la raison pour laquelle vous avez démarré cette entreprise)
Commentez un message privé « No Face » si vous êtes prête à faire ça sans visage !

REEL 23

Hook: "Les Maths"

Légende: Vous pouvez acheter ce produit au prix de**** et récupérer votre retour sur investissement en une seule vente.

Commentaire/DM « Comment »

REEL 24

Hook: « Que peut-il arriver si vous commencez aujourd'hui ? »

Légende: Informez votre public des possibilités offertes par cette activité et de ce qu'elle a apporté à vous et aux autres.
Commentez/envoyez un message privé « Info » pour commencer !

REEL 25

Hook: "Q&A"

Légende: Partagez quelques questions fréquemment posées sur cette entreprise, puis fournissez les réponses à ces questions.

Commentez/DM « Plus » si vous souhaitez en savoir plus !

REEL 26

Hook: « Voici à quoi pourrait ressembler le mois prochain pour vous »

Légende: 1 Vente = €
30 Ventes = €

Commentez/envoyez un DM « Vente » si vous êtes prêt !

REEL 27

Hook: « Vous avez besoin de ça»

Légende: Si vous souhaitez commencer à gagner de l'argent avec un compte Faceless, continuez à lire... Voici comment vous pouvez commencer (partagez les étapes)
Commentez/DM « Démarrer » pour commencer !

REEL 28

Hook: « Le meilleur investissement que vous puissiez faire est celui-ci »

Légende: Expliquez ce que votre produit enseigne et combien de personnes il a aidé jusqu'à présent.
Commentez/envoyez un message privé « Guide » si vous en avez besoin !

REEL 29

Hook: « Voici ce que j'ai appris depuis que j'ai commencé le marketing digita

Légende: Parlez des avantages de la vente en ligne et de la façon dont ils peuvent acheter des produits déjà fabriqués chez vous.
Commentez « Info » si vous en avez besoin !

REEL 30

Hook: “Enregistre ça pour après"

Légende: Partagez avec votre public les étapes exactes que vous avez suivies pour commencer à vendre des produits numériques en ligne - partagez toutes les victoires que vous avez remportées depuis le début

3 TYPES DE REELS

Voici trois types de contenu que vous devriez partager en tant que compte sans visage :

Éducatif : apprenez à votre public comment il peut gagner un revenu avec un compte sans visage

Résultats : partagez les résultats – cela peut être les vôtres et ceux d'autres personnes ou simplement ceux d'autres personnes au début. C'est ainsi que vous partagez les possibilités offertes par cette opportunité.

Raconter une histoire : soyez personnel ! Parlez-nous davantage de cette opportunité et de ce qu’elle vous a apporté. Pourquoi avez-vous commencé ? Vous attirerez ainsi des personnes qui pourront s’identifier à vous et à votre histoire. Peut-être êtes-vous un père ou une mère au foyer, peut-être venez-vous de perdre votre emploi, etc.

Postez ces 3 types de reels 3 fois par jour ! Postez à l'heure qui vous convient. Instagram privilégie les comptes qui sont cohérents. Postez à peu près à la même heure à chaque fois que vous publiez. Exemple : si 8h, 18h et 21h vous conviennent, n'hésitez pas à publier à ces heures-là à chaque fois que vous publiez.

COUVERTURE REEL TEMPLATE



Toutes les couvertures de Reel ne doivent pas nécessairement ressembler au contenu de votre Reel. Vous pouvez avoir une couverture de Reel qui s'harmonise bien avec l'esthétique de vos pages et dont le contenu à l'intérieur peut être complètement différent.

Une fois que vous avez cliqué sur le modèle, vous remarquerez plusieurs styles de texte. Choisissez celui que vous aimez, puis supprimez les autres. Pour rester cohérent, pour chaque Reel, il vous suffit de changer la photo et de modifier le texte.

Clique ici
pour
les templates

ÉVITE CES ERREURS
INSTAGRAM
erreurs.

3 erreurs qui pourraient nuire à votre page **Instagram :**

Ne pas utiliser vos stories à la une (**Highlight**) -

Vos stories à la une sont les endroits où les gens traînent à toute heure, même lorsque vous dormez. Si vous n'avez pas publié sur votre story ou si votre story a expiré, à part vos publications, que peuvent-ils consulter pour obtenir des informations ?

Ne pas comprendre que tout le monde ne reçoit pas les informations de la même manière -

Vous pouvez créer plusieurs éléments de contenu expliquant exactement la même chose, mais les partager différemment.

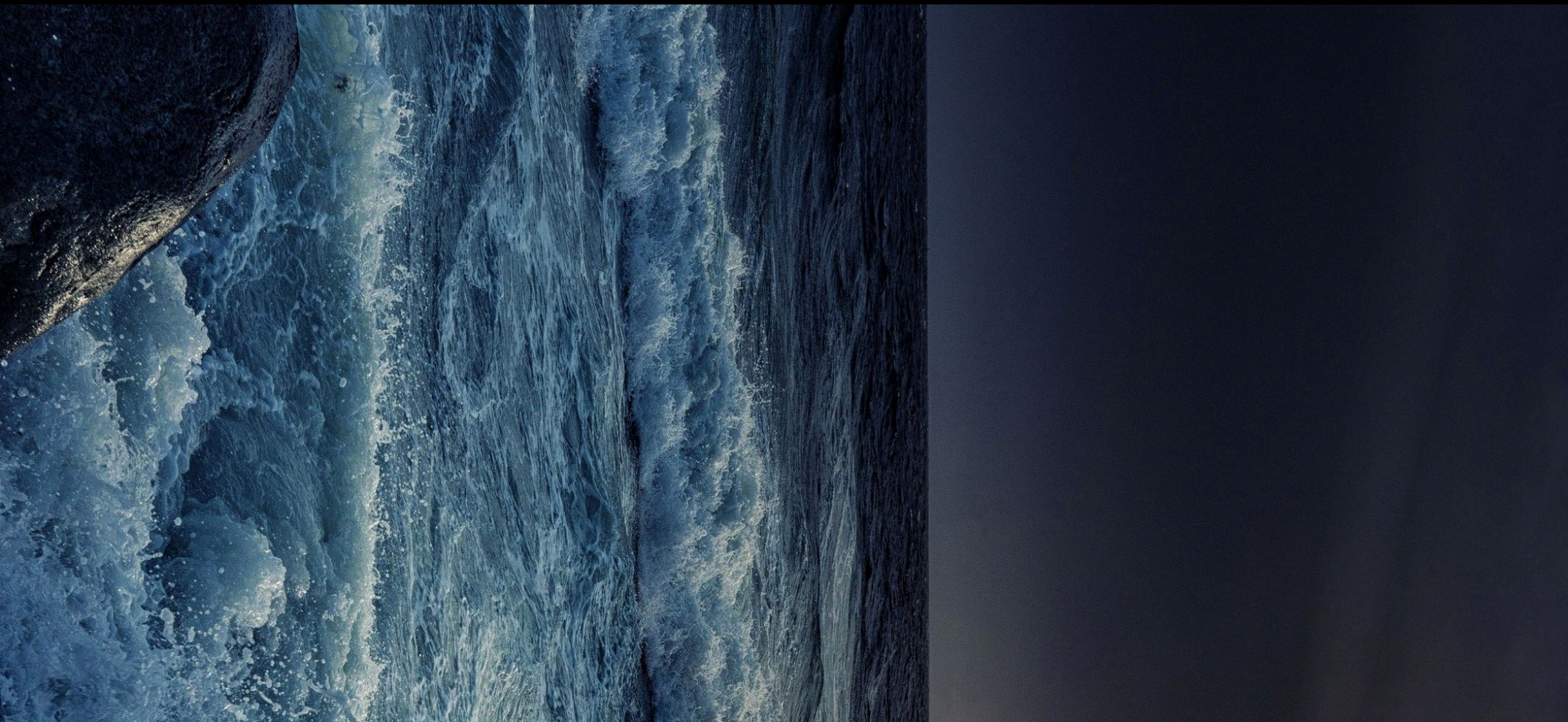
Exemple : « 3 erreurs, lisez la légende » OU « 3 erreurs », puis listez vos 3 erreurs dans la vidéo elle-même.

Jouez avec cela et voyez ce qui fonctionne le mieux pour vous.

Sous-estimer les stories -

Un petit nombre d'abonnés ne signifie pas que les gens ne regarderont pas votre story Instagram. N'oubliez pas que tout le monde ne veut pas regarder un réel encore et encore ou lire une longue légende. Votre story est l'endroit où vous pouvez diviser votre légende en plusieurs mini vidéo. C'est aussi plus personnel.

PRIVATE LABEL RIGHTS
PRIVATE LABEL RIGHTS
PRIVATE LABEL RIGHTS





CERTIFICAT

DE PRIVATE LABEL RIGHTS

CE GUIDE : GAGNER UN SALAIRE EN LIGNE

CE CERTIFICAT ACCORDE À TOUT ACHETEUR
LE DROIT DE REVENDRE, DE RENOMMER ET DE MODIFIER !

CETTE FORMATION NE PEUT PAS ÊTRE VENDUE POUR MOINS DE
47 € PAR VENTE.

MAIS PEUT ÊTRE REGROUPÉE GRATUITEMENT LORS DE LA VENTE
AVEC VOTRE COURS DE MARKETING DIGITAL.

APPRENEZ LES ÉTAPES EXACTES POUR COMMENCER À GAGNER DE L'ARGENT PENDANT QUE VOUS DORMEZ !

GUIDE RAPIDE POUR

GAGNER DE L'ARGENT

CRÉER UN REVENU PASSIF

ET DÉVELOPPEZ VOTRE MARQUE



DSA

@VOTREINSTAGRAM


BIENVENUE DANS LE GUIDE BIENVENUE DANS LE GUIDE BIENVENUE DANS LE GUIDE BIENVENUE DANS LE GUIDE
Accueilli
AU GUIDE
Vous entrez dans le monde des revenus passifs, où votre passion a le pouvoir de captiver le public et de nouer des liens significatifs. Le tout en vous construisant un revenu pendant que vous dormez !
Ce guide va vous donner les connaissances et l'avance dont vous avez besoin pour gagner en clarté avant d'investir et commencer à gagner de l'argent selon vos conditions !
Travaillez à domicile pendant vos vacances et automatisez votre entreprise pour effectuer le travail même pendant que vous dormez ! avec le Marketing Digital, tout est possible !
PLONGEONS DEDANS
BIENVENUE DANS LE GUIDE BIENVENUE DANS LE GUIDE BIENVENUE DANS LE GUIDE BIENVENUE DANS LE GUIDE

TABLEAU DE CONTENU

01 **INTRODUCTION**

Familiarisons-nous!
Apprenez-en un peu plus sur moi, pourquoi je fais ce que je fais, puis nous plongerons dans les bonnes choses !

02 **MARKETING NUMÉRIQUE 101**

Dans ce chapitre, j'expliquerai comment vous pouvez gagner de l'argent en ligne grâce au marketing numérique, et un peu plus sur les droits PLR et MRR !

03 **JARGON QUE TU DEVRAS SAVOIR**

Il y a quelques mots sophistiqués que vous voudrez connaître pour faciliter la transition vers le monde numérique. Je vais les expliquer ici !

04 **IDENTIFIER VOTRE NICHE**

Votre niche est votre domaine d'expertise ou les personnes que vous souhaitez aider dans votre entreprise. Je vais vous aider à l'identifier ici !

05 **PROCHAINES ÉTAPES**

Apprenez ce que vous devrez faire pour faire de ce revenu passif votre réalité en quelques étapes simples pour votre réussite !

06 **CONCLUSION**

Un merci de ma part, une promesse de mon soutien et comment vous pouvez nous contacter si vous avez besoin d'aide pour quoi que ce soit en cours de route !



CHAPITRE



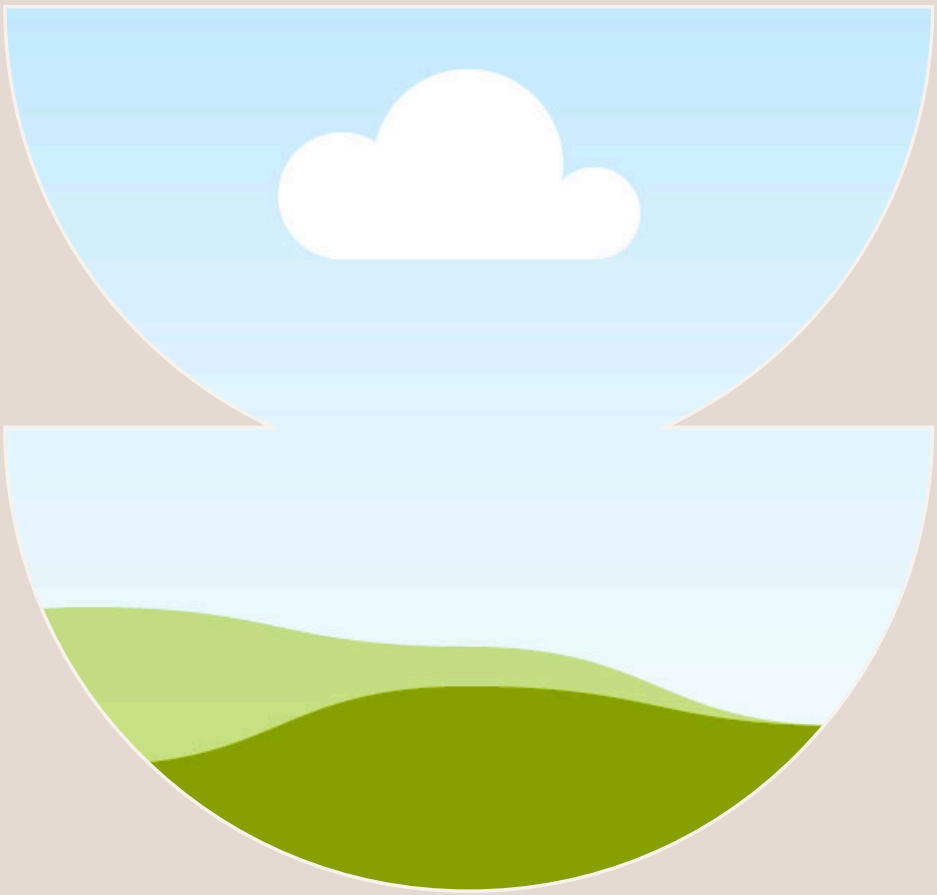
NUMERO 1

FAISON S-LE

INTRODUCTION | 2 PAGES

CE QUE VOUS APPRENDREZ

Familiarisons-nous!
Apprenez-en un peu plus sur moi, pourquoi je fais ce que je fais, puis nous plongerons dans les bonnes choses !



HÉ, JE M'APPELLE PRÉNOM

Écrivez ici une brève introduction ou une mini biographie sur vous-même et mettez votre propre photo ci-dessus !

Assurez-vous de partager pourquoi vous êtes passionné par votre niche et pourquoi vous créez ce cadeau pour eux ! Gardez cette partie courte, simple et précise, mais donnez-leur envie de travailler avec vous !

Prénom xoxo

FAISONS-LE!

CHAPITRE



NUMERO 2

MARKETING NUMÉRIQUE 101 | 4 PAGES

DIS M'EN PLUS

CE QUE VOUS APPRENDREZ

Dans ce chapitre, je vais vous expliquer comment vous pouvez gagner de l'argent en ligne grâce au marketing numérique et en apprendre davantage sur les droits PLR et MRR !

MARKETING NUMÉRIQUE 101

Le marketing numérique dans les termes les plus élémentaires est l'art de vendre des produits, généralement numériques, en utilisant des plateformes en ligne comme Instagram, TikTok, Pinterest, Facebook, etc. C'est l'une des plus grandes opportunités de gagner un revenu en ligne pour les débutants complets car il s'agit d'un faible système coûteux mais à rendement élevé.

Vous pouvez créer et vendre vos propres téléchargements numériques, tels que des ebooks, des cahiers d'exercices, des modèles de création de contenu, des mises en page de sites Web, des cours, etc.

Vous avez également la possibilité de « réutiliser le contenu » et de vendre des produits « faits pour vous », c'est-à-dire détenir des droits MRR ou PLR.

Je suis sûr que vous vous demandez ce que cela signifie, haha, je vous l'expliquerai à la page suivante ! Généralement, ces produits sont soit à bas prix, soit à prix élevé, je vais donc vous expliquer cela en premier !









PRODUITS NUMÉRIQUES À FAIBLE BILLET ET À HAUT BILLET

Vous connaissez peut-être les termes produits numériques à bas prix et à prix élevé, mais qu'est-ce que cela signifie exactement lorsqu'il s'agit de générer un revenu passif ?

Billet bas

Les produits numériques à bas prix font référence à des articles numériques plus abordables, généralement vendus entre 20 et 100 dollars. Leur prix inférieur les rend plus faciles à vendre et plus accessibles à un public plus large. Ces produits, comme les ebooks, les guides, les listes de contrôle et les modèles, sont particulièrement adaptés aux débutants en raison de leur simplicité de création.

Billet élevé

D'un autre côté, même si les produits numériques coûteux sont proposés à un prix plus élevé, ils offrent généralement une valeur importante et un contenu approfondi. Bien qu'ils nécessitent plus d'efforts pour créer et vendre, les rendements sont nettement plus élevés. Les exemples courants incluent les cours et les programmes de coaching. La distinction entre les produits à bas prix et les produits à prix élevé est cruciale pour comprendre les dynamiques variées du marché des produits numériques.

PRODUITS NUMÉRIQUES FAITS POUR VOUS

Ok, maintenant je vais vous expliquer les produits numériques faits pour vous (DFY) ! Ce modèle économique est unique car il propose des produits prêts à l'emploi que vous pouvez revendre avec un profit à 100 %, offrant ainsi un raccourci vers votre réussite numérique.

Les produits DFY sont un excellent point de départ car vous n'avez pas besoin d'expérience ou d'expertise en dehors de quelques compétences de base en canva, qui peuvent être facilement apprises !
Cela change totalement la donne pour créer rapidement des revenus passifs.

Les deux types les plus courants sont les « droits de marque privée » (PLR) et les « droits de revente principale » (MRR).



MRR « DROITS DE REVENTE PRINCIPAUX »

Les « Master Resell Rights » (MRR) font référence à un type de licence qui vous permet de revendre un produit numérique et permet à vos clients de le revendre également ! Je ne vends que des cours avec cette licence, ce qui signifie que non seulement vous apprenez tout dans le cours, mais que si vous le souhaitez, vous pouvez le revendre et en conserver 100 % ! Au début, j'avais peur qu'il s'agisse d'une sorte d'arnaque, ou de MLM, mais plus je faisais de recherches, plus je réalisais qu'étant donné qu'il n'y a pas de ligne ascendante ou descendante, personne d'autre que moi n'en profite ! Et vous aussi !



PLR « DROITS DE MARQUE PRIVÉE »

Les « droits de marque privée » (PLR) sont encore plus uniques car il s'agit de produits numériques que vous avez la possibilité de modifier, de renommer, d'ajouter ou de supprimer et de vendre comme étant les vôtres et bien sûr de conserver également 100 % de profit. La plupart des guides et cahiers d'exercices que je crée et vends seront non seulement accompagnés de MRR, mais également de DPP. Cela vous aide à faire démarrer votre entreprise 10 fois plus rapidement et à obtenir des revenus sur votre compte bancaire plus tôt que toute autre chose.

En savoir plus sur

L'ACADÉMIE DE LA RICHESSE NUMÉRIQUE

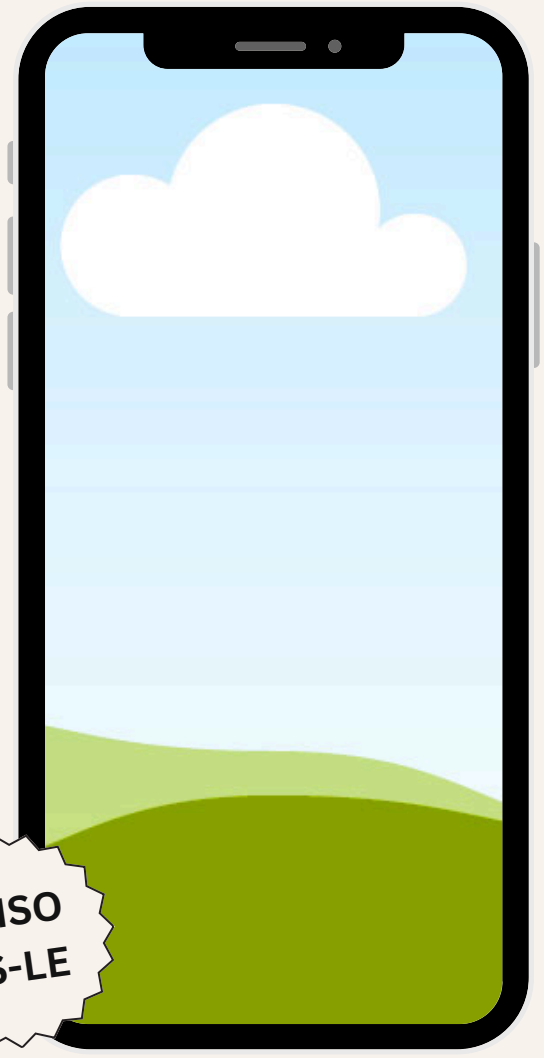
Développez vos connaissances en affaires, apprenez à évoluer OU optez pour un revenu passif comme je l'ai fait !

Il existe actuellement des tonnes de cours MRR dans le monde du marketing numérique, mais il est important que vous les choisissiez avec soin, car beaucoup laissent beaucoup à désirer en termes de valeur !

DSA est de loin le cours MRR le plus viral du marché à l'heure actuelle !

Apprenez tout ce que vous devez savoir sur le commerce en ligne, l'image de marque et la vente sociale PLUS, et en prime, récupérez 100 % de profit sur chaque vente si vous décidez de revendre le cours que vous choisissez !

C'est gagnant-gagnant, une seule vente permet de récupérer l'intégralité de votre investissement !



APPRENDRE

Cliquez sur le lien ci-dessous et découvrez comment vous pouvez démarrer un revenu passif en ligne via DWA !

ENCORE PLUS

GAGNER DE L'ARGENT PENDANT QUE VOUS DORMEZ APPRENEZ À GAGNER DE L'ARGENT PENDANT QUE VOUS DORMEZ

URS CONSULTEZ MON COURS CONSULTEZ MES COURS

CHAPITRE



NUMERO 3

JARGON QUE TU DEVRAS SAVOIR

3 PAGES

OUI S'IL VOUS PLAIT

CE QUE VOUS APPRENDREZ

Il y a quelques mots sophistiqués que vous voudrez connaître pour faciliter la transition vers le monde numérique. Je vais les expliquer ici !

LINGO QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

CADEAU :

• Un billet de faveur, dans le contexte du marketing numérique, est un article, un service ou un contenu gratuit offert à des clients potentiels dans le cadre d'une stratégie promotionnelle. Il est souvent utilisé pour attirer l’attention, renforcer la bonne volonté et encourager un engagement accru.

LEADMAGNET :

• Un lead magnet est une incitation précieuse offerte aux clients potentiels en échange de leurs informations de contact, comme une adresse e-mail. L’objectif est d’attirer et de capturer des prospects pour de futurs efforts marketing.

TUNNEL DE VENTE / ENTONNOIR:

• Dans le marketing numérique, un entonnoir représente les étapes par lesquelles passe un client potentiel, de la prise de conscience initiale à l'achat. Il comprend généralement des étapes telles que la sensibilisation, la considération et la conversion, et est visualisé comme un entonnoir en raison du rétrécissement progressif des prospects.

CAMPAGNE PAR E-MAIL :

• Une campagne par e-mail est un ensemble coordonné de messages électroniques envoyés à un public ciblé dans le but d'atteindre des objectifs marketing spécifiques, tels que la promotion d'un produit, l'entretien de prospects ou le renforcement de la notoriété de la marque.

SEO (OPTIMISATION DES MOTEURS DE RECHERCHE) :

• La pratique d'optimisation du contenu Web pour améliorer sa visibilité

LINGO QUE VOUS AUREZ BESOIN DE SAVOIR, SUITE.

LE MARKETING D'AFFILIATION:

• Le marketing d'affiliation est une stratégie de marketing basée sur la performance dans laquelle les individus (affiliés) gagnent une commission pour la promotion et l'augmentation des ventes ou mènent aux produits ou services d'un commerçant grâce à leurs efforts de marketing.

ROI (RETOUR SUR INVESTISSEMENT) :

• Une mesure de la rentabilité d'un investissement, calculée en divisant le bénéfice net par le coût initial.

ANALYTIQUE:

• La collecte et l'analyse de données pour obtenir des informations sur les performances du site Web et des campagnes.

APPEL À L'ACTION DU CTA) :

• Une invite qui encourage le public à effectuer une action spécifique, comme cliquer sur un bouton ou remplir un formulaire.

ALGORITHME:

• L'ensemble de règles et de calculs utilisés par les moteurs de recherche et les plateformes de médias sociaux pour déterminer l'ordre du contenu présenté aux utilisateurs.

TAUX DE CONVERSION:

• Le pourcentage de visiteurs du site Web qui effectuent une action souhaitée, comme effectuer un achat ou remplir un formulaire.


RESTEZ COHÉRENT AVEC VOUS-MÊME ET CÉLÉBREZ VOTRE
renaissance
succès.
INSPIRATION

CHAPITRE



NUMERO 4

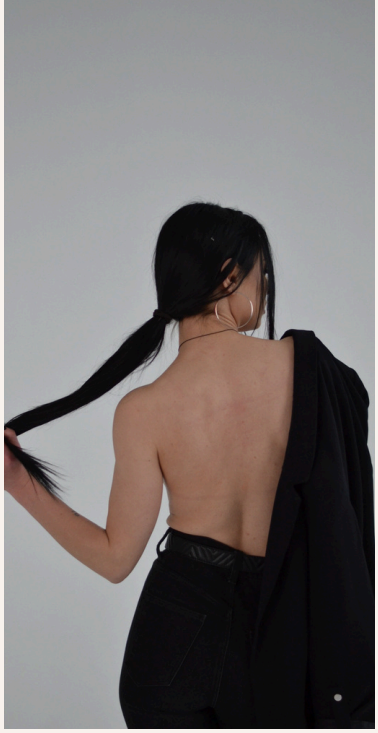
FAISONS -LE

IDENTIFIER VOTRE NICHE | 2 PAGES

CE QUE VOUS APPRENDREZ

Votre niche est votre domaine d'expertise ou les personnes que vous souhaitez aider dans votre entreprise. Je vais vous aider à l'identifier ici !







IDENTIFIER VOTRE NICHE

Votre « niche » est ce qui vous distingue des autres. En choisissant un créneau spécifique, vous vous concentrez essentiellement sur un certain public cible ou un certain groupe de personnes dont les intérêts correspondent au sujet ou à l'orientation du produit, du cours ou du service que vous proposez.

Une erreur courante consiste à essayer d'être trop large, de peur de ne pas attirer de clients ou d'exclure certaines personnes.

Mais lorsque nous essayons de plaire à tout le monde, nous finissons par ne toucher personne et c'est la raison pour laquelle nous voulons être très précis dans le choix de notre public cible.

Une fois que vous aurez décidé ou identifié le créneau dans lequel vous excellerez le plus, vous serez mieux en mesure de servir votre public cible. Savoir pour QUI vous créez du contenu vous aidera à l'adapter pour parler à la personne exacte que vous souhaitez aider ou influencer !

Sur la page suivante, vous trouverez un exercice de questions pour vous aider à identifier votre niche.

Prévoyez 15 à 20 minutes, prenez du papier et un crayon et prenez votre temps pour chaque question. Si nécessaire, revenez-y. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses! Amusez-vous simplement et profitez du processus !

1. QU'EST-CE QUI ME PASSIONNE ?

Quels sujets me passionnent et me dynamisent réellement ?

2. OÙ PUIS-JE EXCELLER DANS LA VIE DE TOUS LES JOURS ?

Quelles compétences ou connaissances je possède et que d'autres pourraient trouver utiles ?

3. QUI SUIS-JE DÉSIREUX D'AIDER ?

Y a-t-il un groupe ou une communauté spécifique que je souhaite soutenir ou apporter de la valeur ?

4. QUELS PROBLÈMES PUIS-JE RÉSOUDRE ?

Quels problèmes ou défis courants je vois autour de moi et pour lesquels mon produit pourrait aider ?

5. DANS QUOI SUIS-JE NATURELLEMENT DOUÉ ?

Quels sujets ou domaines de la vie je trouve faciles ? ex : cadeaux donnés par Dieu

6. QU'EST-CE QUI ME DISTINGUE DE LA FOULE ?

Quelle perspective, expérience ou approche unique dois-je apporter à la table ?

7. QU'EST-CE QUI M'EXCITE À LONG TERME ?

Puis-je me voir rester passionné et engagé dans ce créneau à long terme ?

8. QUI EN BÉNÉFICIERAIT LE PLUS ?

Qui bénéficierait le plus de ce que j'ai à offrir et qui suis-je le plus enthousiaste à l'idée de servir ?

CHAPITRE



NUMERO 5

DITES-MOI

PROCHAINES ÉTAPES | 3 PAGES

CE QUE VOUS APPRENDREZ

Apprenez ce que vous pouvez faire pour faire de ce revenu passif votre réalité en quelques étapes simples pour votre réussite !

VOS PROCHAINES ÉTAPES

1. PARTICIPER AU COURS VIRAL DSA

2. IDENTIFIEZ VOTRE NICHE UNIQUE À L'AIDE DU CONTENU DU COURS

3. OPTIMISEZ VOTRE INSTAGRAM POUR LES VENTES

4. DÉCIDEZ SI VOUS VOULEZ REVENDRE AVEC MRR/PLR OU CRÉER VOS PROPRES PRODUITS

5. CRÉEZ VOTRE CONTENU ET VOS PRODUITS (vous apprendrez dans le cours)

6. CONFIGUREZ VOS PRODUITS À L'INTÉRIEUR DE STAN

7. COMMENCEZ À PARTAGER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX CE QUE VOUS VENDEZ

8. Amusez-vous et gagnez de l'argent en le faisant !



Outils importants
TU AURAS BESOIN

01

INSTAGRAM - ÉTABLIR DES LIENS

Instagram est mon préféré et je pense que c'est l'une des meilleures plateformes sur laquelle créer une entreprise, en particulier pour vos produits numériques. Si cela est bien fait, cela devient une communauté, renforce la confiance des clients et vous offre un espace de vente !

02

UN PRODUIT MR/PLR À VENDRE

Le moyen le plus rapide de générer des revenus en ligne consiste à utiliser un produit MRR/PLR. Quelque chose que vous n'avez pas besoin de fabriquer vous-même et que vous pouvez vendre pendant que vous prenez le temps de créer votre propre produit !

03

STAN STORE - VENDEZ VOS AFFAIRES

Est un outil incroyable pour commercialiser et vendre rapidement vos produits numériques directement depuis n'importe quelle plateforme sociale. Il regorge de fonctionnalités et est très convivial. PRENEZ VOTRE ESSAI GRATUIT STAN ICI

04

CANVA - COMPTE GRATUIT OU PAYANT

Canva est essentiel si vous créez des produits numériques, bien qu'il existe d'autres sites Web à utiliser, c'est le plus courant et le plus simple pour démarrer. Vous pouvez créer un compte gratuit ou essayer leur compte payant pour encore plus d'options de conception !

05

CHAT GPT - TA MEILLEURE AMIE

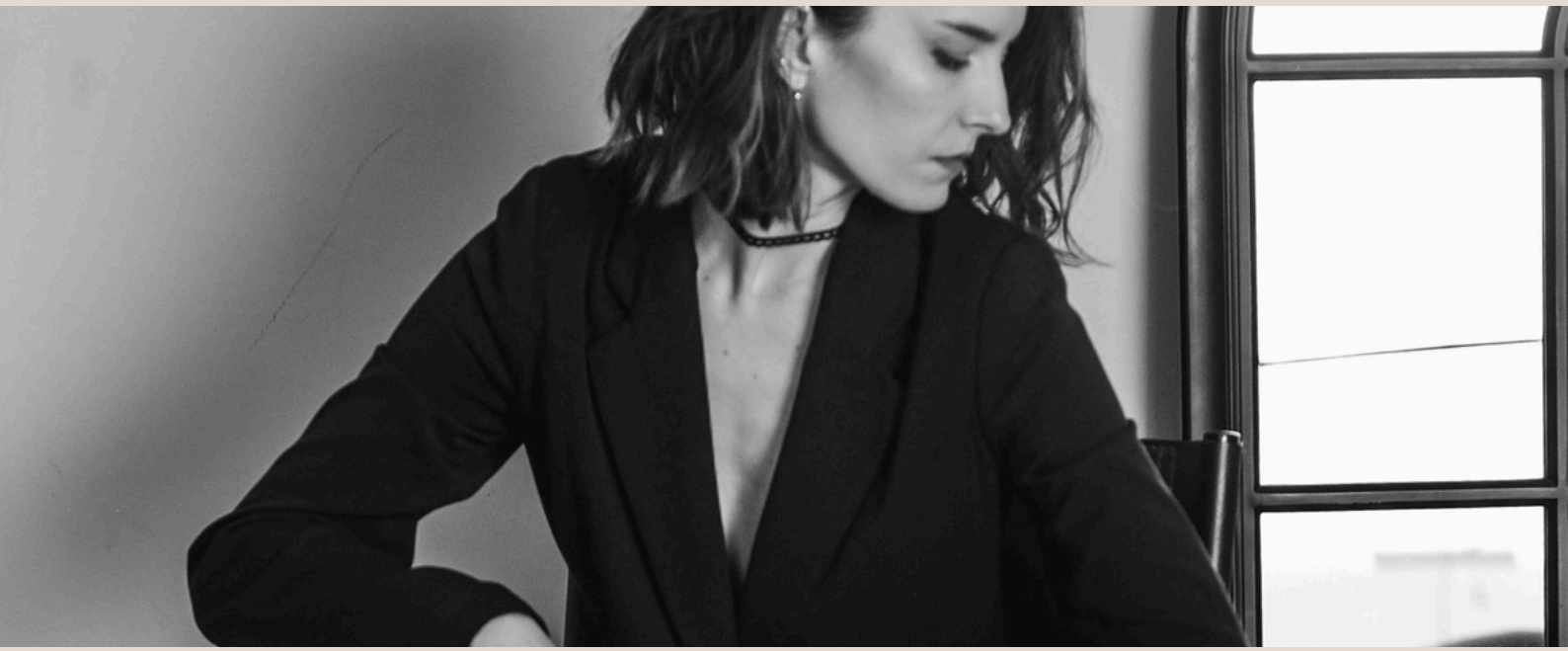
ChatGPT est formidable pour créer vos idées de contenu, vous aider à surmonter le blocage des rédacteurs et même vous fournir des modèles pour des pages de vente et des e-mails faciles. Je réécris et modifie toujours tout ce que cela me donne pour que cela vienne de mon propre ton et de ma propre voix !

LISTE DE CONTRÔLE - POUR Y PARVENIR

Mois: ..... Semaine: .....

Tâches	Ils sont	Mo	Que	Nous	Ème	Fr	sur

CHAPITRE



NUMERO 6

CONCLUSION | 2 PAGES

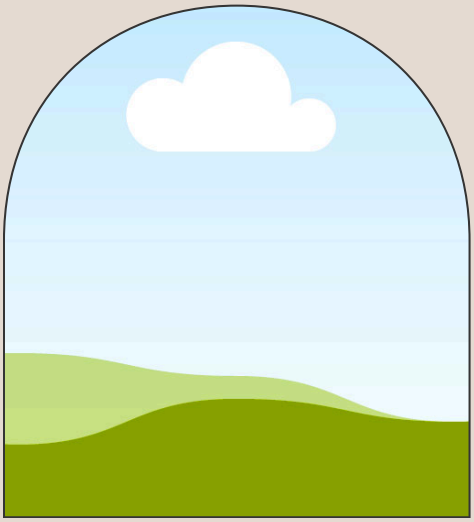
MERCI

CE QUE VOUS APPRENDREZ

Un merci de ma part, une promesse de mon soutien et comment vous pouvez nous contacter si vous avez besoin d'aide pour quoi que ce soit en cours de route !

Très bien mon ami,

IL EST TEMPS D'AGIR POUR CRÉER L'AVENIR DONT VOUS RÊVEZ !



VOTRE NOM
@VOTREINSTAGRAM

Écrivez ici une note d'au revoir ou de remerciement pour inciter votre prospect à acheter le cours chez vous.

Assurez-vous d'y réfléchir, car s'ils n'ont pas encore été convaincus d'acheter, c'est la dernière chose qu'ils liront.

Laissez les choses sur une note amicale et positive et offrez-leur votre soutien et votre e-mail pour qu'ils puissent vous contacter s'ils ont des questions.

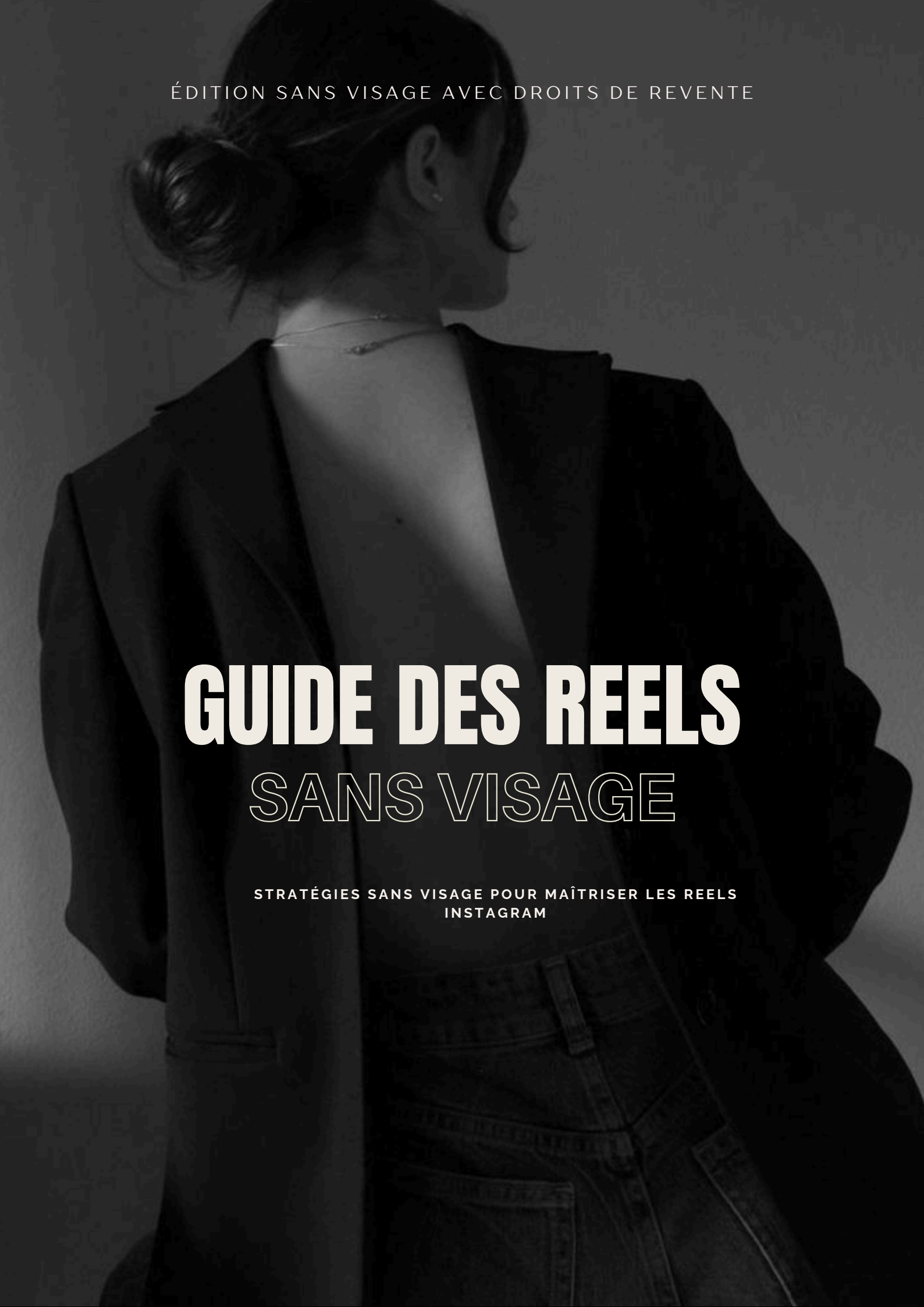
Ce n'est pas obligatoire, mais ce serait un excellent endroit pour partager sur les produits DPP inclus et proposer un ensemble ici afin qu'ils sentent qu'ils gagnent en valeur ajoutée, ce qui les aiderait à voir le potentiel d'achat chez vous !

Prénom xo

CLIQUEZ ICI POUR COMMENCER À GAGNER UN REVENU PASSIF AVEC DWA

TES NOTES:

Je suis tellement excité
que vous commenciez à
gagner un revenu passif !



ÉDITION SANS VISAGE AVEC DROITS DE REVENTE

GUIDE DES REELS SANS VISAGE

STRATÉGIES SANS VISAGE POUR MAÎTRISER LES REELS INSTAGRAM

C'EST POUR TOI SI...



VOUS APPRÉCIEZ VOTRE VIE PRIVÉE

Il est normal de valoriser votre vie privée et de préférer garder un profil bas en ligne. Vous ne devriez pas avoir à renoncer à votre vie privée pour réussir en ligne. Vous pouvez vendre efficacement en ligne sans révéler votre visage !



VOUS ÊTES INTROVERTI

Les entrepreneurs ou les propriétaires d'entreprise qui peuvent être plus introvertis et mal à l'aise avec l'exposition personnelle peuvent toujours réussir à vendre en ligne. Vous pouvez prospérer sur le marché numérique tout en conservant un niveau d'anonymat.



VOUS VOULEZ RESTER ANONYME

Je comprends! Il peut être libérateur d'avoir un compte où personne ne sait qui vous êtes derrière l'écran. Il peut être plus facile d'écrire et de créer lorsqu'il y a moins de regards indiscrets sur chacun de vos mouvements et cela peut vous aider à vous sentir à l'aise en sachant que vos amis et votre famille ne vous suivent pas.



ÇA NE TE DÉRANGE PAS DE VENIR UN PEU

Peut-être que cela ne vous dérange pas de montrer votre visage de temps en temps, mais vous êtes anxieux ou dépassé à l'idée de devoir danser devant des inconnus au quotidien. Je suis là avec toi ! Il existe un moyen de trouver un équilibre et ce guide vous montrera comment !

TABLEAU DE CONTENU

INTRODUCTION 5

AVANTAGES DES REELS SANS VISAGE 6

SÉQUENCES B-ROLL 7

REELS ENREGISTRABLES OU PARTAGEABLES 8

SUIVEUR IDÉAL 9

LES IDÉES DE CROCHET 10

APPEL À L'ACTION 11

IDÉES CTA 12

VOTRE MESSAGE PRINCIPAL 13

TENDANCES 14-15

COUVERTURE AUDIO 16

SÉPARATIONS ET TRANSITIONS DE PHOTOS 17

SOYEZ CRÉATIF + SOYEZ ORIGINAL 18

VOTRE SIGNATURE 19

VOTRE LÉGENDE 20

HASHTAGS ET MOTS CLÉS 21

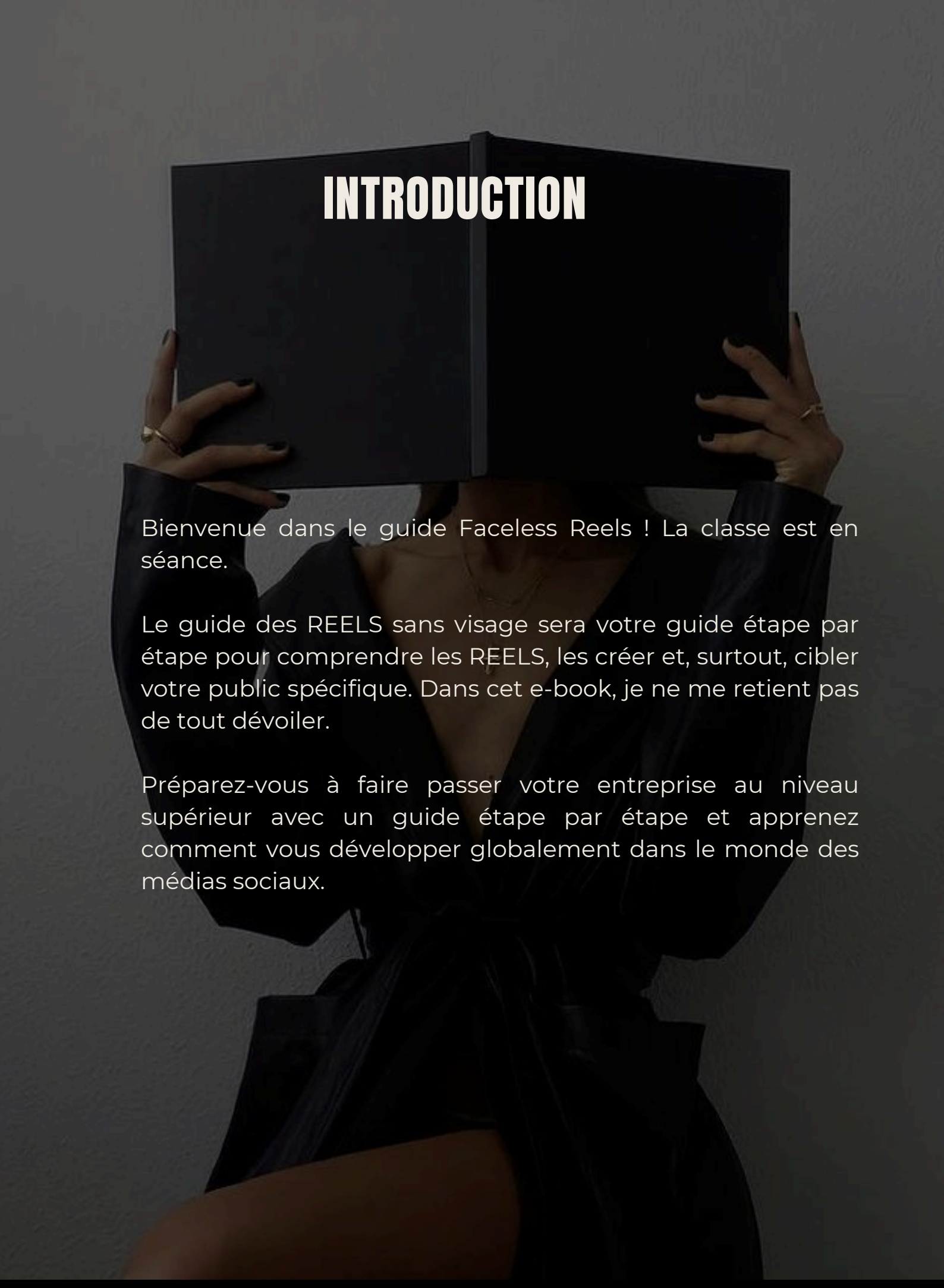
QUELQUES CONSEILS SUPPLÉMENTAIRES 22

VOTRE LISTE DE CONTRÔLE DES REELS 23-24

APPLICATIONS UTILES 25

DROITS DE MARQUE PRIVÉE POUR CELA 26

27

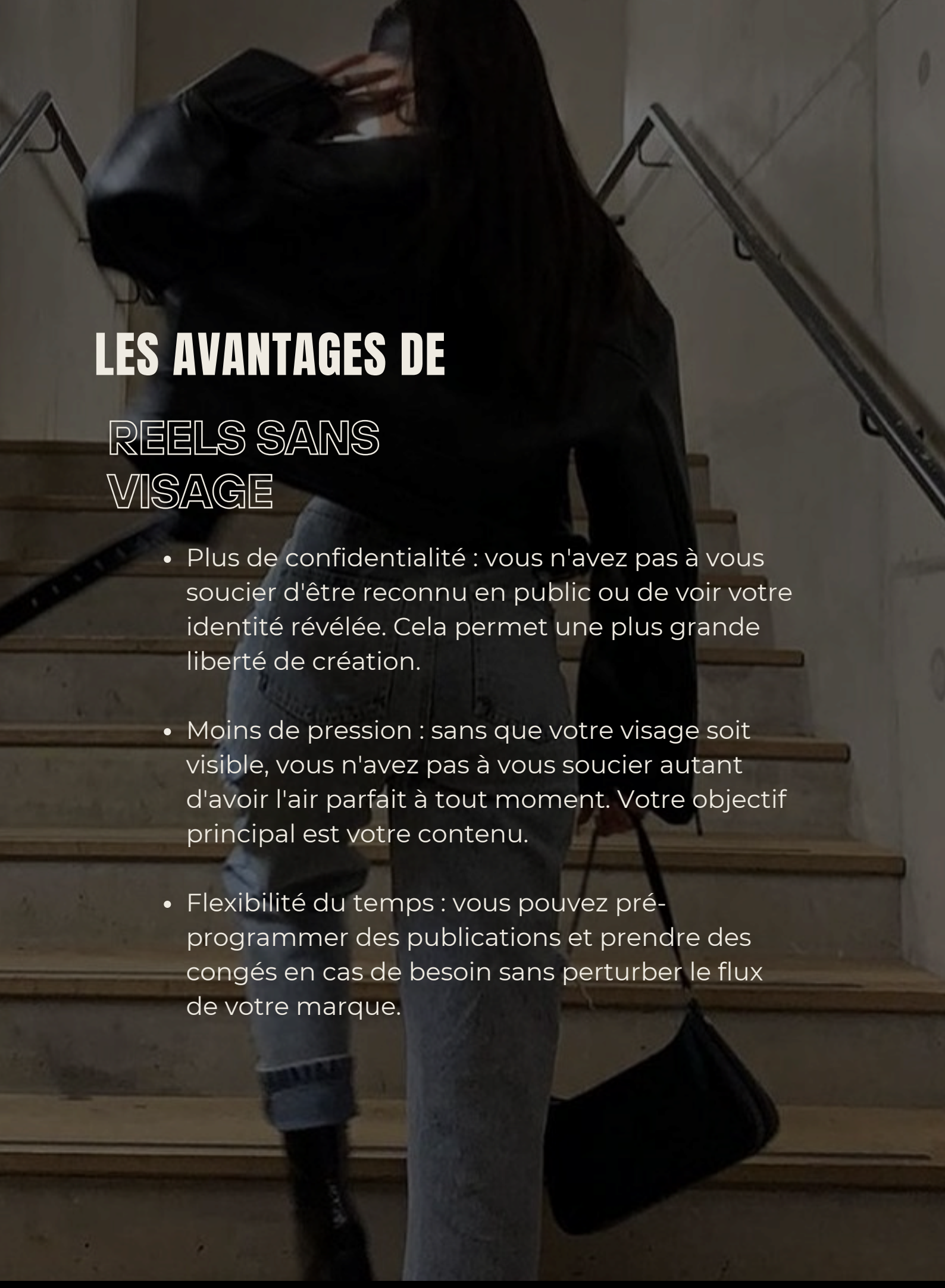


INTRODUCTION

Bienvenue dans le guide Faceless Reels ! La classe est en séance.

Le guide des REELS sans visage sera votre guide étape par étape pour comprendre les REELS, les créer et, surtout, cibler votre public spécifique. Dans cet e-book, je ne me retient pas de tout dévoiler.

Préparez-vous à faire passer votre entreprise au niveau supérieur avec un guide étape par étape et apprenez comment vous développer globalement dans le monde des médias sociaux.



LES AVANTAGES DE

REELS SANS VISAGE

- Plus de confidentialité : vous n'avez pas à vous soucier d'être reconnu en public ou de voir votre identité révélée. Cela permet une plus grande liberté de création.

- Moins de pression : sans que votre visage soit visible, vous n'avez pas à vous soucier autant d'avoir l'air parfait à tout moment. Votre objectif principal est votre contenu.

- Flexibilité du temps : vous pouvez pré-programmer des publications et prendre des congés en cas de besoin sans perturber le flux de votre marque.

B-ROLL IMAGES

- Les séquences B-Roll sont essentiellement un contenu d'arrière-plan que vous utilisez comme vidéo pour votre bobine. C'est devenu une méthode très populaire pour les moulinets, ce qui est BIEN car cela signifie moins de travail pour vous ! Cela signifie également que vous n'êtes pas obligé de montrer votre visage si vous ne le souhaitez pas.
- C'est facile et prend moins de temps.
- Ne sous-estimez pas la puissance d'un court extrait basique de quelque chose de aléatoire !

- Voici des exemples de séquences B-Roll :
- Vidéo de vos pieds marchant
- Taper sur votre ordinateur
- Verser une tasse d'eau, de café ou votre shake protéiné
- Un court extrait du coucher de soleil... en gros, n'importe quelle chose aléatoire qui se passe dans votre vie.

Astuce : collectez des clips de 5 à 7 secondes tout au long de votre journée (ou désignez un jour par semaine pour en collecter plusieurs). Ajoutez-les à un album sur votre téléphone afin qu'ils soient faciles à trouver et à sélectionner lorsque vous créez vos REELS.

ENREGISTRABLE OU REELS PARTAGEABLES

- L’objectif de chacune de vos REELS (ou du moins de la plupart d’entre elles si vous souhaitez toucher plus de personnes) devrait être de les rendre soit super PARTAGEABLES, soit super SAUVEGARDABLES (ou les deux !)

- PARTAGEABLE : il s'agit d'un contenu qui fait penser à votre suiveur idéal : « C'est tellement moi ! » OU « Cela me rappelle cette personne ». Le contenu est suffisamment spécifique à votre niche pour qu'il leur donne le sentiment d'être vu, entendu et compris... et ensuite ils le partagent !

- ENREGISTRABLE : il s'agit d'un contenu qui apporte quelque chose de valeur à votre suiveur idéal - connaissances, encouragements, orientations, conseils, idées, etc. Tout ce qu'ils voudraient « sauvegarder » et y revenir plus tard.

IDÉAL FOLLOWER

Je sais je sais. Vous avez probablement entendu à maintes reprises « client idéal » et « FOLLOWER idéal ». Mais je veux vous lancer un défi... SAVEZ-VOUS réellement qui est votre follower idéal ? Vous devez vraiment comprendre cela, car à chaque bobine que vous créez, vous voudrez vous assurer que vous parlez à cette personne.

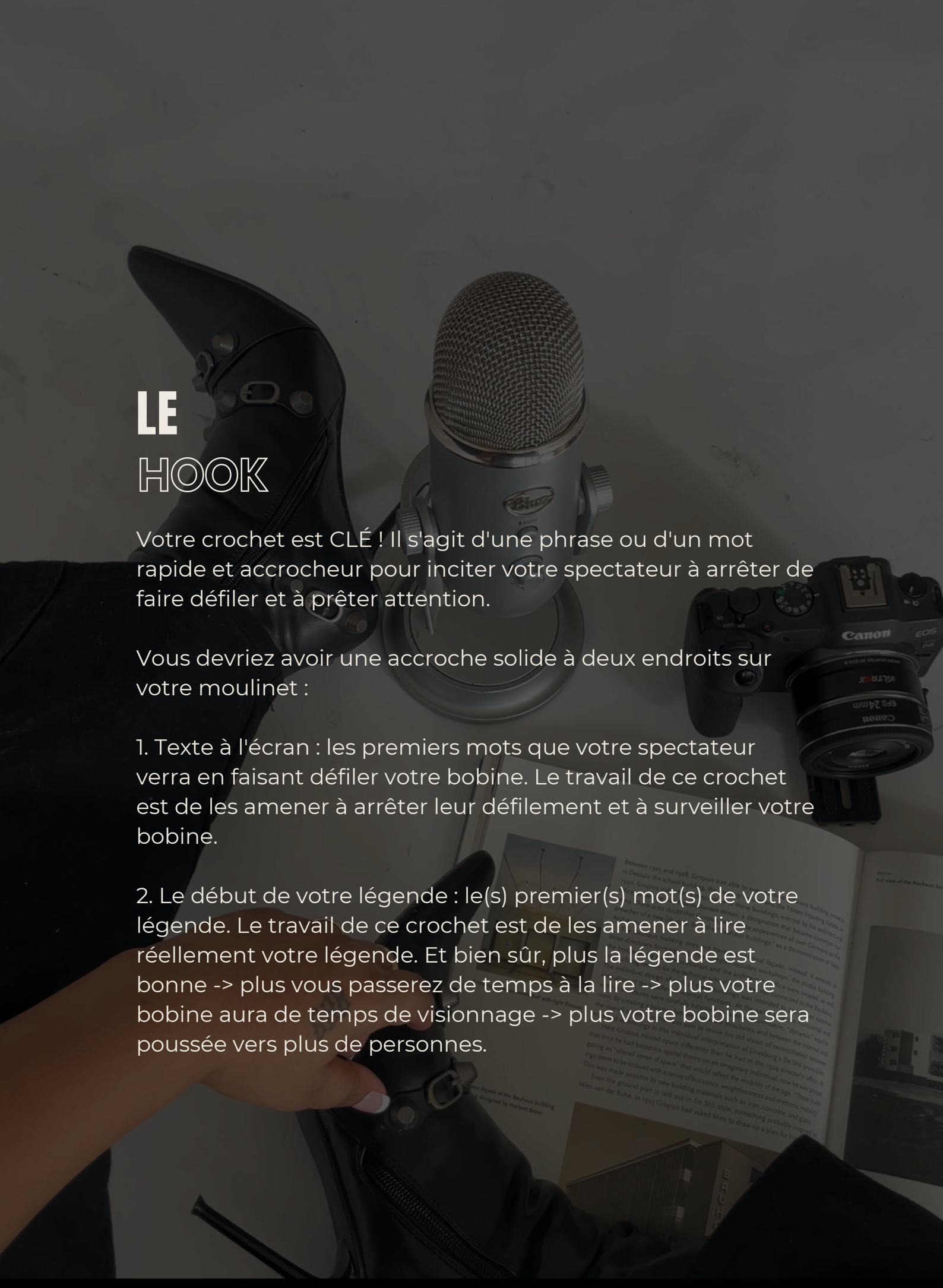
Habituellement, votre suiveur idéal sera quelqu'un qui vous ressemble ou quelqu'un avec qui vous vous entendriez plutôt bien.



Défi : prenez 2 à 3 minutes, ouvrez l'application Notes sur votre téléphone et réfléchissez : notez tout ce que vous savez sur votre suiveur idéal. Voici quelques questions pour vous aider à démarrer :

- Quel est leur sexe ?
- Quel âge ont-ils?
- Où vivent-ils?
- Que font-ils?
- Quels sont leurs passe-temps ?
- Quels sont leurs objectifs ?
- Qu'ont-ils besoin de vous ?
- Comment pourraient-ils se sentir vus ou entendus ?

Ne sautez pas ça ! Je vous le promets, cela vous aidera à créer un contenu qui résonne, ajoute de la valeur et attire les bonnes personnes sur votre page.



LE HOOK

Votre crochet est CLÉ ! Il s'agit d'une phrase ou d'un mot rapide et accrocheur pour inciter votre spectateur à arrêter de faire défiler et à prêter attention.

Vous devriez avoir une accroche solide à deux endroits sur votre moulinet :

1. Texte à l'écran : les premiers mots que votre spectateur verra en faisant défiler votre bobine. Le travail de ce crochet est de les amener à arrêter leur défilement et à surveiller votre bobine.

2. Le début de votre légende : le(s) premier(s) mot(s) de votre légende. Le travail de ce crochet est de les amener à lire réellement votre légende. Et bien sûr, plus la légende est bonne -> plus vous passerez de temps à la lire -> plus votre bobine aura de temps de visionnage -> plus votre bobine sera poussée vers plus de personnes.

IDÉES
HOOKS

La vérité à propos de...
Je vais être honnête...
ICI⬇
Écoutez !
Voici ce que je dirais ___ s'ils ___
3 choses que j'aurais aimé savoir ___
Ne faites pas cette erreur !
POV : ___ Si vous le souhaitez, vous pourriez ___
Ne croyez pas CE mensonge...
5 façons de ___
Faites attention à ne pas faire ça...
3 choses à arrêter de faire
Lisez ceci si ___
Vous n'êtes pas obligé de ___ si vous voulez ___
Ceci est votre signe pour ___
Le secret pour...
Vous ne le croirez pas...
Des moyens de gagner du temps sur ___
MYTHE :

3 erreurs à ne plus commettre sur ___
Le saviez-vous ?
RAPPEL pour ___ La PIRE façon de...
Voler mon...
Ce que votre ___ dit de vous
Faites CECI si vous...
J'avais tort...
Appel à tous ___ !
Tu ne devineras jamais...
3 choses que j'ai apprises...
5 choses à arrêter de faire si vous voulez ___
Ne pas dramatiser, mais...
D'accord, je sais à quoi tu penses...
Cela semble illégal de savoir...
Tu ne vas pas croire ce que je viens de faire.
Cela va changer ta façon de ___
Cela pourrait te choquer...
Il faut que quelqu'un le dise...
Avertissement d'opinion impopulaire...

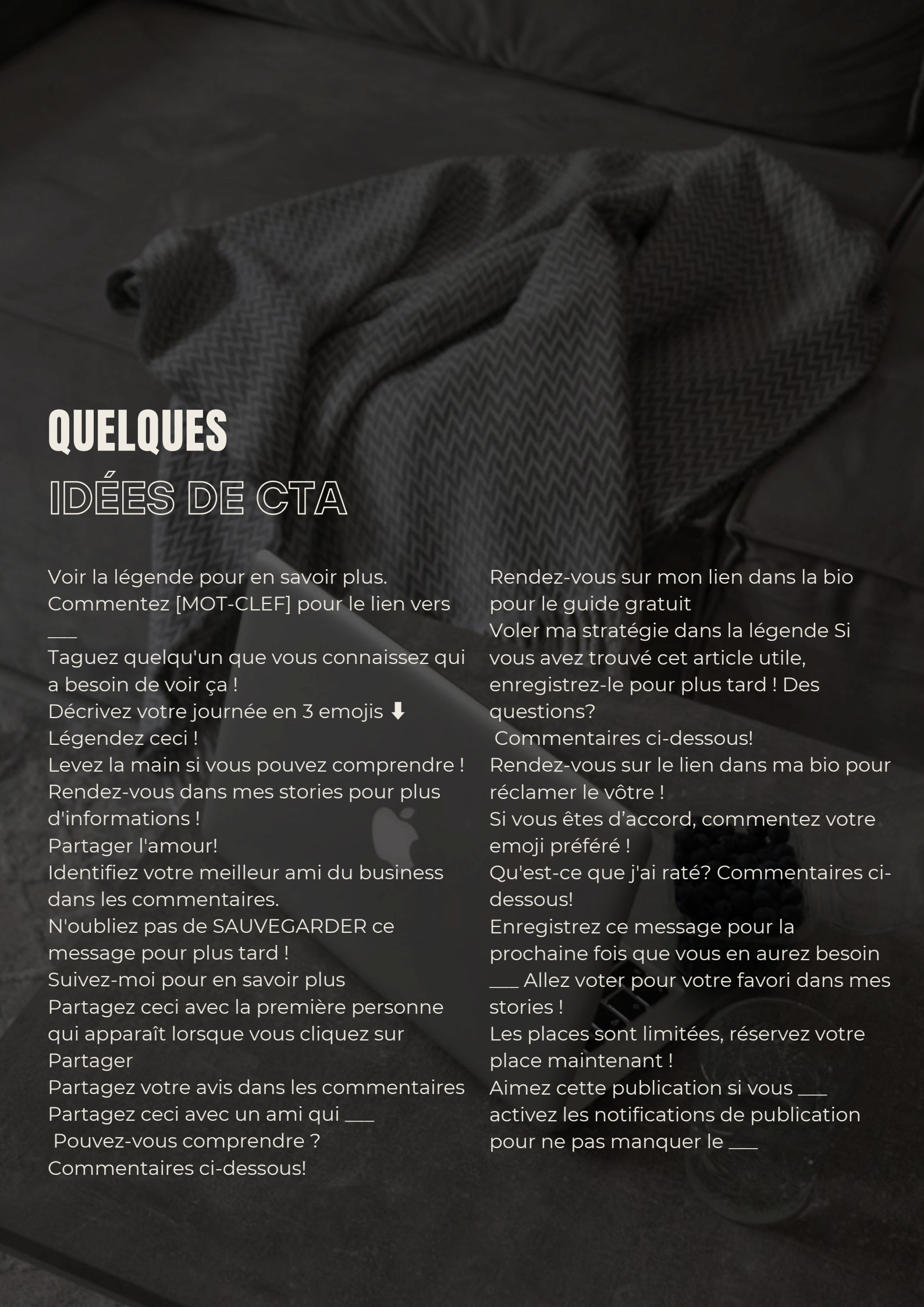
APPEL À L'ACTION

Les CTA dans vos reels sont importants pour augmenter l'engagement, la durée de visionnage et la conversion de followers/clients !

Semblable à votre crochet, vous disposez de plusieurs options différentes en ce qui concerne votre CTA (n'hésitez pas à en utiliser une ou les deux pour chaque bobine).

1. CTA à l'écran : il peut être utilisé soit pour envoyer vos téléspectateurs vers votre légende pour plus d'informations, soit pour les inciter à entreprendre une action spécifique (c'est-à-dire commenter ou envoyer un DM d'un mot-clé spécifique).

2. CTA dans la légende : vous souhaiterez inclure au moins un CTA dans votre légende, et n'hésitez pas à en inclure plusieurs ! Utiliser
votre CTA de sous-titre pour inciter les spectateurs à entreprendre une action spécifique (c'est-à-dire vous suivre, commenter quelque chose de spécifique, envoyer un DM, partager leur point de vue, etc.)



QUELQUES IDÉES DE CTA

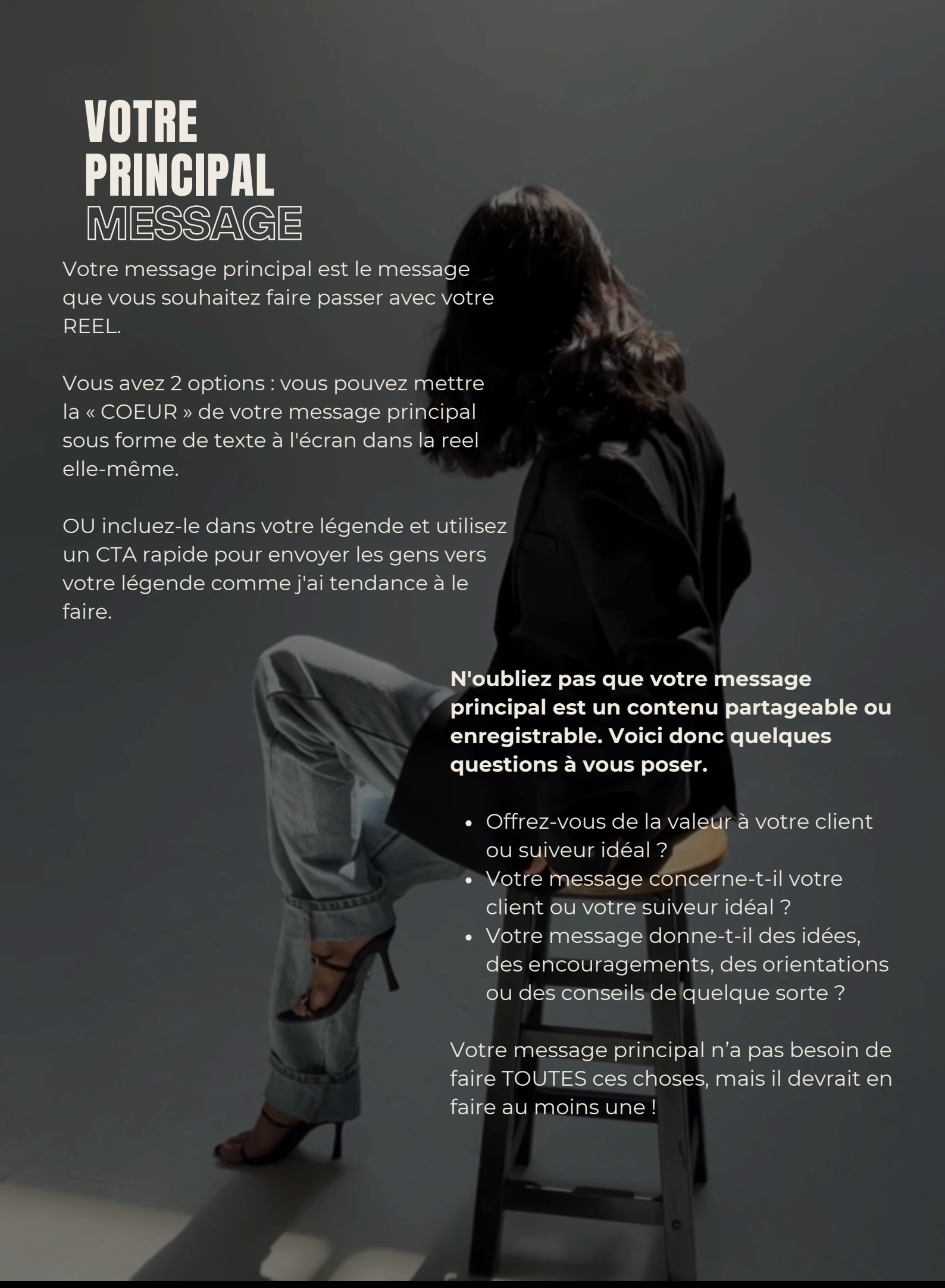
Voir la légende pour en savoir plus.
Commentez [MOT-CLEF] pour le lien vers ___
Taguez quelqu'un que vous connaissez qui a besoin de voir ça !
Décrivez votre journée en 3 emojis ⬇
Légendez ceci !
Levez la main si vous pouvez comprendre !
Rendez-vous dans mes stories pour plus d'informations !
Partager l'amour!
Identifiez votre meilleur ami du business dans les commentaires.
N'oubliez pas de SAUVEGARDER ce message pour plus tard !
Suivez-moi pour en savoir plus
Partagez ceci avec la première personne qui apparaît lorsque vous cliquez sur Partager
Partagez votre avis dans les commentaires
Partagez ceci avec un ami qui ___
Pouvez-vous comprendre ?
Commentaires ci-dessous!
Rendez-vous sur mon lien dans la bio pour le guide gratuit
Voler ma stratégie dans la légende Si vous avez trouvé cet article utile, enregistrez-le pour plus tard ! Des questions?
Commentaires ci-dessous!
Rendez-vous sur le lien dans ma bio pour réclamer le vôtre !
Si vous êtes d'accord, commentez votre emoji préféré !
Qu'est-ce que j'ai raté? Commentaires ci-dessous!
Enregistrez ce message pour la prochaine fois que vous en aurez besoin
___ Allez voter pour votre favori dans mes stories !
Les places sont limitées, réservez votre place maintenant !
Aimez cette publication si vous ___
activez les notifications de publication pour ne pas manquer le ___

VOTRE PRINCIPAL MESSAGE

Votre message principal est le message que vous souhaitez faire passer avec votre REEL.

Vous avez 2 options : vous pouvez mettre la « COEUR » de votre message principal sous forme de texte à l'écran dans la reel elle-même.

OU incluez-le dans votre légende et utilisez un CTA rapide pour envoyer les gens vers votre légende comme j'ai tendance à le faire.



N'oubliez pas que votre message principal est un contenu partageable ou enregistrable. Voici donc quelques questions à vous poser.

- Offrez-vous de la valeur à votre client ou suiveur idéal ?
- Votre message concerne-t-il votre client ou votre suiveur idéal ?
- Votre message donne-t-il des idées, des encouragements, des orientations ou des conseils de quelque sorte ?

Votre message principal n’a pas besoin de faire TOUTES ces choses, mais il devrait en faire au moins une !

VOTRE MESSAGE PRINCIPAL (SUITE)

Pour décider de mettre ou non votre message principal à l’écran ou en légende, voici quelques conseils :

N'incluez-le à l'écran que si vous pouvez le faire sans surcharger l'écran, rendre le texte difficile à lire ou rendre la vidéo trop longue.

Si vous l'incluez à l'écran, assurez-vous de modifier la vidéo afin que le texte apparaisse en synchronisation avec le rythme ou les battements de l'audio sélectionné.

C'est encore mieux si vous ne faites qu'un petit morceau de texte à la fois !

S'il y a trop de texte, utilisez simplement un appel à l'action juste après votre accroche pour envoyer les gens vers votre légende.

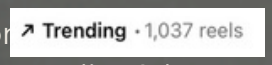
Cliquez ici pour voir un exemple d'une de mes REELS avec un message principal à l'écran.

Cliquez ici pour voir un exemple d'une de mes REELS où j'envoie les téléspectateurs vers la légende du message principal.

AUDIO TENDANCE

Un audio « tendance » est essentiellement tout audio qu'Instagram a souligné comme étant populaire. L'utilisation d'un audio tendance est CLÉ si vous souhaitez toucher plus de personnes, car Instagram est plus susceptible de diffuser votre vidéo auprès d'un plus grand nombre de personnes.

Vous saurez si un audio est tendance s'il comporte une flèche diagonale vers le haut. Si vous cliquez sur cette flèche sur une vidéo, vous accéderez à toutes les vidéos utilisant cet audio et vous pourrez voir combien de fois cet audio spécifique a été utilisé.



Ensuite, si vous cliquez sur ce bouton vous verrez une liste des 50 meilleurs audios à la mode !

Je recommande d'utiliser des audios tendance avec moins de 5 000 à 10 000 utilisations maximales. Mieux encore : la vidéo « originale » compte plus de 1M de vues avec des commentaires récents des derniers jours.

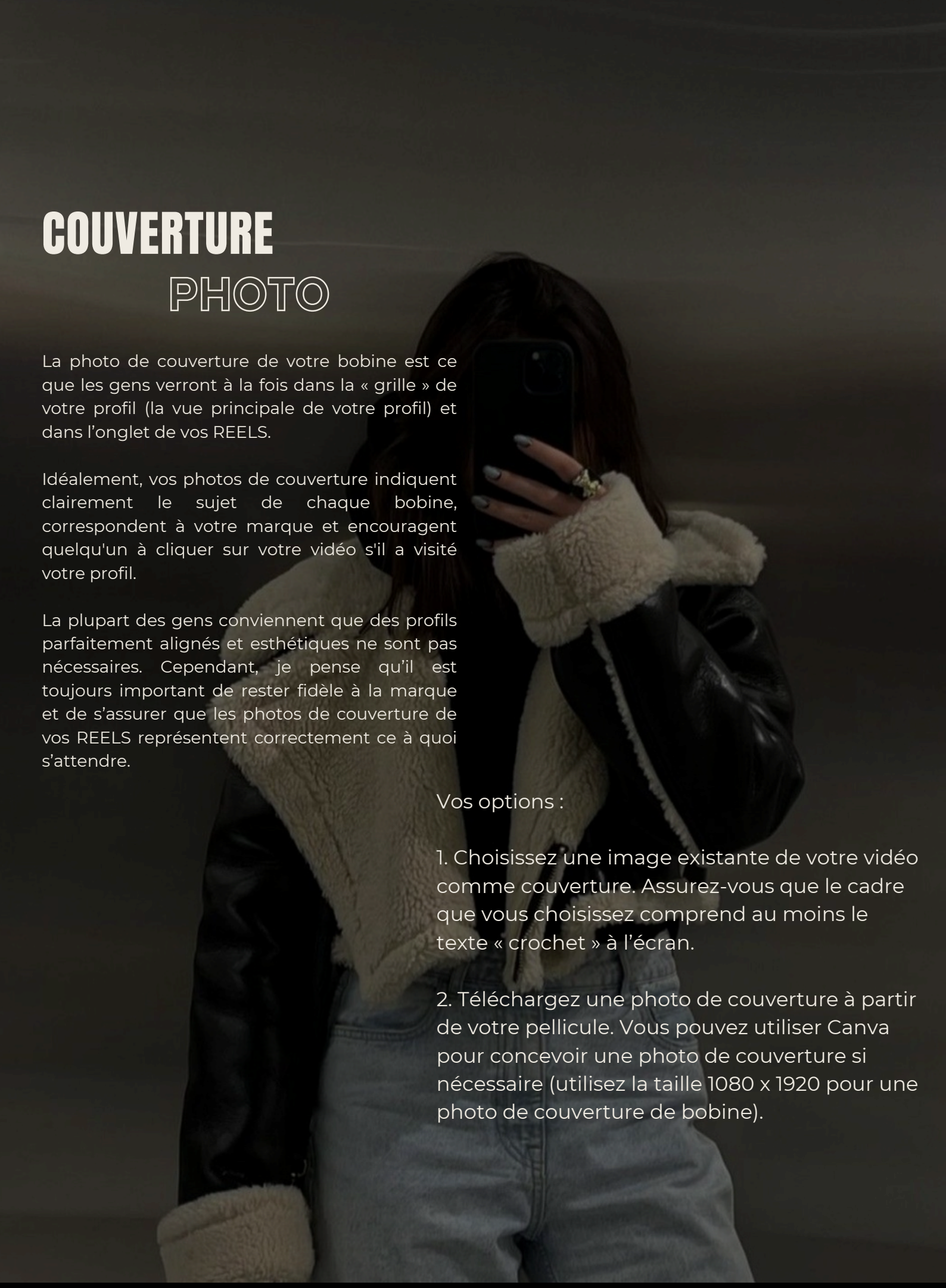
Astuce : utilisez votre temps de défilement à bon escient ! Pendant que vous parcourez IG et trouvez des vidéos, des audios et/ou des tendances que vous aimez, ENREGISTREZ-les ! Vous pouvez enregistrer des REELS dans des dossiers et vous pouvez également enregistrer vos audios préférés pour les utiliser plus tard.
Assurez-vous simplement qu'ils sont toujours à la mode lorsque vous les utilisez.

COUVERTURE PHOTO

La photo de couverture de votre bobine est ce que les gens verront à la fois dans la « grille » de votre profil (la vue principale de votre profil) et dans l'onglet de vos REELS.

Idéalement, vos photos de couverture indiquent clairement le sujet de chaque bobine, correspondent à votre marque et encouragent quelqu'un à cliquer sur votre vidéo s'il a visité votre profil.

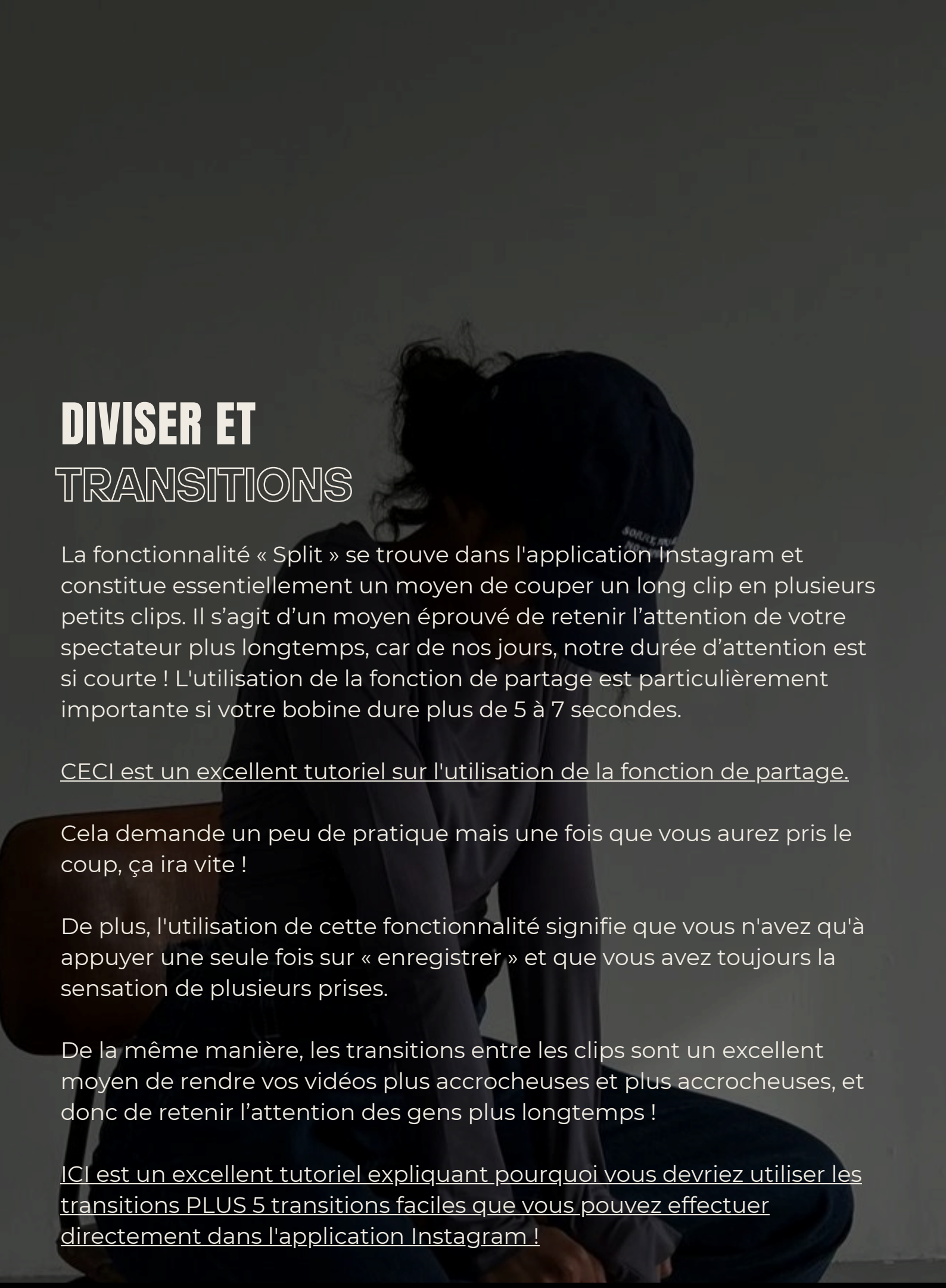
La plupart des gens conviennent que des profils parfaitement alignés et esthétiques ne sont pas nécessaires. Cependant, je pense qu'il est toujours important de rester fidèle à la marque et de s'assurer que les photos de couverture de vos REELS représentent correctement ce à quoi s'attendre.



Vos options :

1. Choisissez une image existante de votre vidéo comme couverture. Assurez-vous que le cadre que vous choisissez comprend au moins le texte « crochet » à l'écran.

2. Téléchargez une photo de couverture à partir de votre pellicule. Vous pouvez utiliser Canva pour concevoir une photo de couverture si nécessaire (utilisez la taille 1080 x 1920 pour une photo de couverture de bobine).



DIVISER ET TRANSITIONS

La fonctionnalité « Split » se trouve dans l'application Instagram et constitue essentiellement un moyen de couper un long clip en plusieurs petits clips. Il s'agit d'un moyen éprouvé de retenir l'attention de votre spectateur plus longtemps, car de nos jours, notre durée d'attention est si courte ! L'utilisation de la fonction de partage est particulièrement importante si votre bobine dure plus de 5 à 7 secondes.

CECI est un excellent tutoriel sur l'utilisation de la fonction de partage.

Cela demande un peu de pratique mais une fois que vous aurez pris le coup, ça ira vite !

De plus, l'utilisation de cette fonctionnalité signifie que vous n'avez qu'à appuyer une seule fois sur « enregistrer » et que vous avez toujours la sensation de plusieurs prises.

De la même manière, les transitions entre les clips sont un excellent moyen de rendre vos vidéos plus accrocheuses et plus accrocheuses, et donc de retenir l'attention des gens plus longtemps !

ICI est un excellent tutoriel expliquant pourquoi vous devriez utiliser les transitions PLUS 5 transitions faciles que vous pouvez effectuer directement dans l'application Instagram !



SOYEZ CRÉATIF + SOYEZ ORIGINAL

Un bon moyen d’atteindre un public plus large consiste à s’intéresser aux tendances le plus tôt possible. Lorsque vous parcourez Instagram, faites attention aux tendances que vous voyez encore et encore.

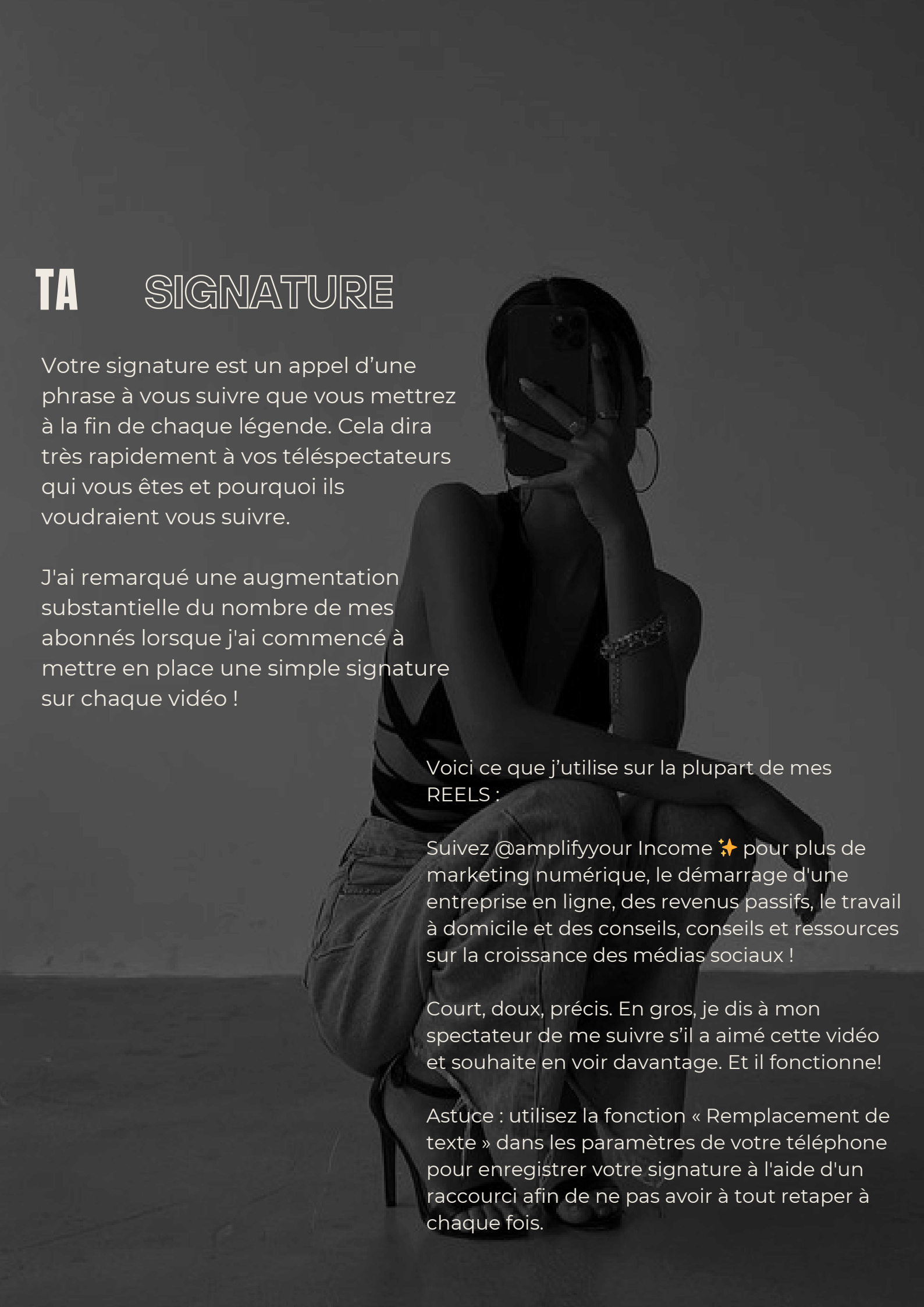
La clé ici est d’ÊTRE ORIGINAL ! Suivez les tendances et utilisez des audios tendances, mais apportez-y votre propre touche. C’est bien de s’inspirer d’une tendance, faites simplement de votre mieux pour vous l’approprier.

Et bon, de temps en temps, si vous souhaitez simplement copier la vidéo ou le verbiage de quelqu'un, assurez-vous simplement de lui donner du crédit dans votre légende !

TA SIGNATURE

Votre signature est un appel d’une phrase à vous suivre que vous mettrez à la fin de chaque légende. Cela dira très rapidement à vos téléspectateurs qui vous êtes et pourquoi ils voudraient vous suivre.

J'ai remarqué une augmentation substantielle du nombre de mes abonnés lorsque j'ai commencé à mettre en place une simple signature sur chaque vidéo !

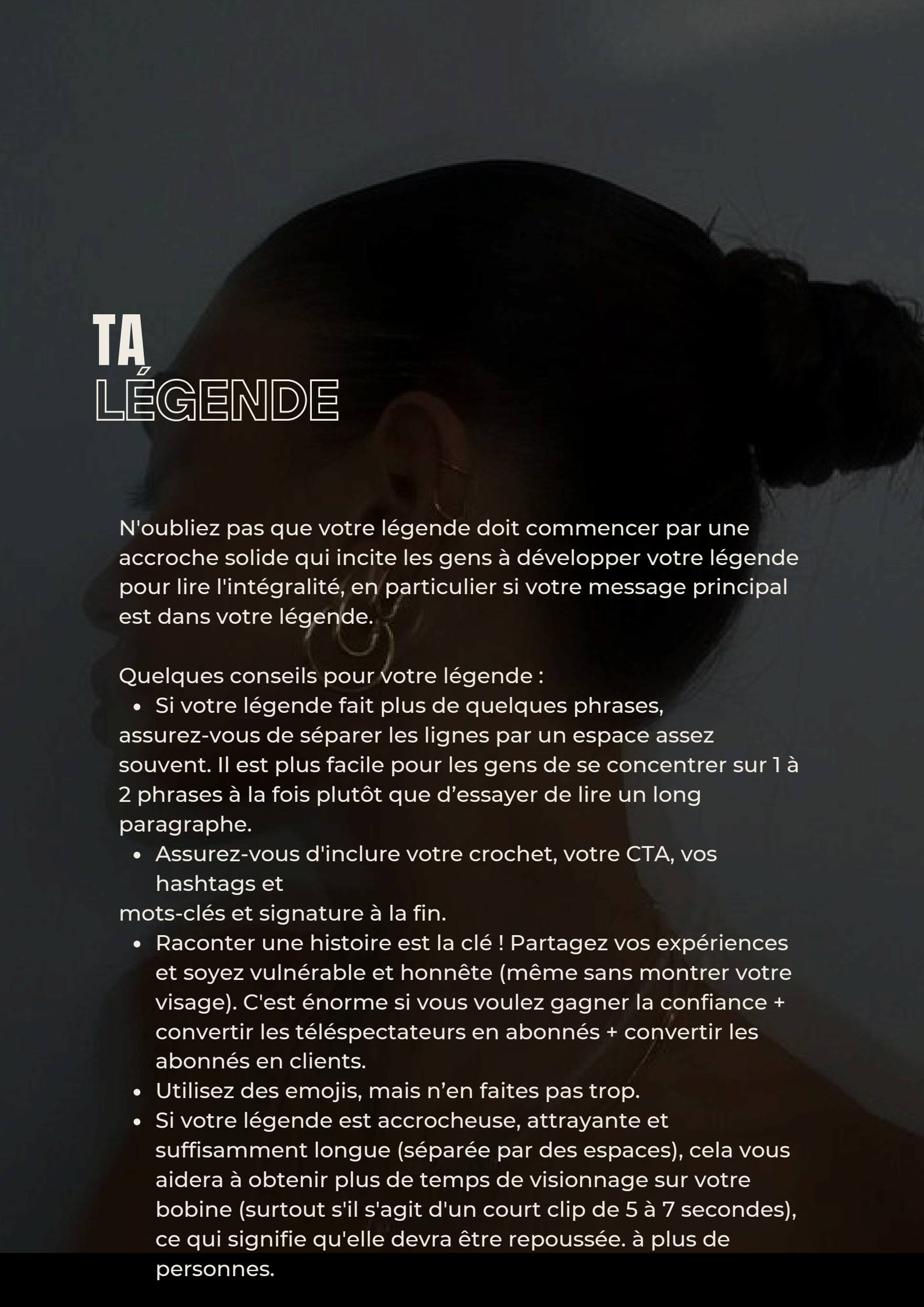


Voici ce que j’utilise sur la plupart de mes REELS :

Suivez @amplifyyour Income ✨ pour plus de marketing numérique, le démarrage d'une entreprise en ligne, des revenus passifs, le travail à domicile et des conseils, conseils et ressources sur la croissance des médias sociaux !

Court, doux, précis. En gros, je dis à mon spectateur de me suivre s’il a aimé cette vidéo et souhaite en voir davantage. Et il fonctionne!

Astuce : utilisez la fonction « Remplacement de texte » dans les paramètres de votre téléphone pour enregistrer votre signature à l'aide d'un raccourci afin de ne pas avoir à tout retaper à chaque fois.



TA LÉGENDE

N'oubliez pas que votre légende doit commencer par une accroche solide qui incite les gens à développer votre légende pour lire l'intégralité, en particulier si votre message principal est dans votre légende.

Quelques conseils pour votre légende :

- Si votre légende fait plus de quelques phrases, assurez-vous de séparer les lignes par un espace assez souvent. Il est plus facile pour les gens de se concentrer sur 1 à 2 phrases à la fois plutôt que d'essayer de lire un long paragraphe.
- Assurez-vous d'inclure votre crochet, votre CTA, vos hashtags et mots-clés et signature à la fin.
- Raconter une histoire est la clé ! Partagez vos expériences et soyez vulnérable et honnête (même sans montrer votre visage). C'est énorme si vous voulez gagner la confiance + convertir les téléspectateurs en abonnés + convertir les abonnés en clients.
- Utilisez des emojis, mais n'en faites pas trop.
- Si votre légende est accrocheuse, attrayante et suffisamment longue (séparée par des espaces), cela vous aidera à obtenir plus de temps de visionnage sur votre bobine (surtout s'il s'agit d'un court clip de 5 à 7 secondes), ce qui signifie qu'elle devra être repoussée. à plus de personnes.



HASHTAGS ETMOTS CLÉS

Les hashtags ne sont PAS morts. Beaucoup de gens prétendent qu'ils le sont, mais BEAUCOUP de pros recommandent toujours de les utiliser et personnellement, je trouve encore beaucoup de contenu que j'aime en utilisant des hashtags !

Pouvez-vous obtenir une grande portée sans eux ? Bien sûr, mais je ne pense pas que leur utilisation vous fera du mal ! Si vous choisissez d'utiliser des hashtags dans votre légende, je me concentrerais sur les hashtags moins saturés. Il est moins probable que votre vidéo soit trouvée avec un hashtag ayant des millions d'utilisations.

Les mots-clés sont un nouvel accent sur Instagram. Fondamentalement, vous voulez vous assurer que votre texte à l'écran ET votre légende contiennent des mots-clés pertinents afin que l'algorithme diffuse votre contenu vers les bonnes personnes.

Par exemple, certains mots-clés que j'aime m'assurer d'inclure quelque part dans ma bobine et/ou ma légende sont : travail à domicile, produits numériques, maman qui travaille, femmes entrepreneures, SAHM, etc.

Si votre légende est courte ou si vous souhaitez ajouter des mots-clés, vous pouvez toujours simplement les saisir sous vos hashtags dans votre légende.

PLUS DE CONSEILS

Choix de police : utilisez uniquement des polices faciles à lire sur votre vidéo. Si les gens doivent plisser les yeux ou forcer, ou si les mots se fondent dans l'arrière-plan, ils défileront.

Votre image de marque : en parlant de polices, je vous recommande de rester cohérent avec les polices et les jeux de couleurs que vous utilisez dans votre contenu. Vous voulez que votre marque soit reconnaissable !

Durée de la vidéo : la plupart de vos REELS doivent durer entre 5 et 7 secondes. C'est un endroit idéal qui a fait ses preuves !

Filtres : n'en faites pas trop avec les filtres et n'utilisez pas de filtres fous.
les abstraits.

Emplacement du texte : assurez-vous que votre texte se trouve dans un endroit facile à lire et qu'il n'est pas masqué par votre nom d'utilisateur, le début de la légende ou les graphiques.

Enregistrer au fur et à mesure : « Enregistrer comme brouillon » souvent. Pour plus de sécurité, enregistrez vos brouillons sur votre pellicule (vous devrez les enregistrer sans l'audio, alors assurez-vous d'avoir enregistré cet audio pour l'utiliser plus tard). Des problèmes sur Instagram et la dernière chose que vous voulez, c'est perdre une bobine sur laquelle vous avez travaillé dur.

Planifier à l'avance : vous pouvez créer une bobine et programmer sa publication ultérieure si nécessaire. Lisez CET ARTICLE pour savoir comment procéder.

Faites attention aux informations : vous avez besoin d'un compte professionnel ou de créateur pour voir les informations de vos REELS. ICI est un article sur les informations sur les REELS. Ne vous inquiétez pas trop, mais faites attention aux rouleaux qui fonctionnent le mieux. Et rappelez-vous, ce n'est pas seulement une question de likes !
Parfois, vous aurez plus de partages, de sauvegardes ou de commentaires que de likes. Tout type d'interaction est une bonne interaction !



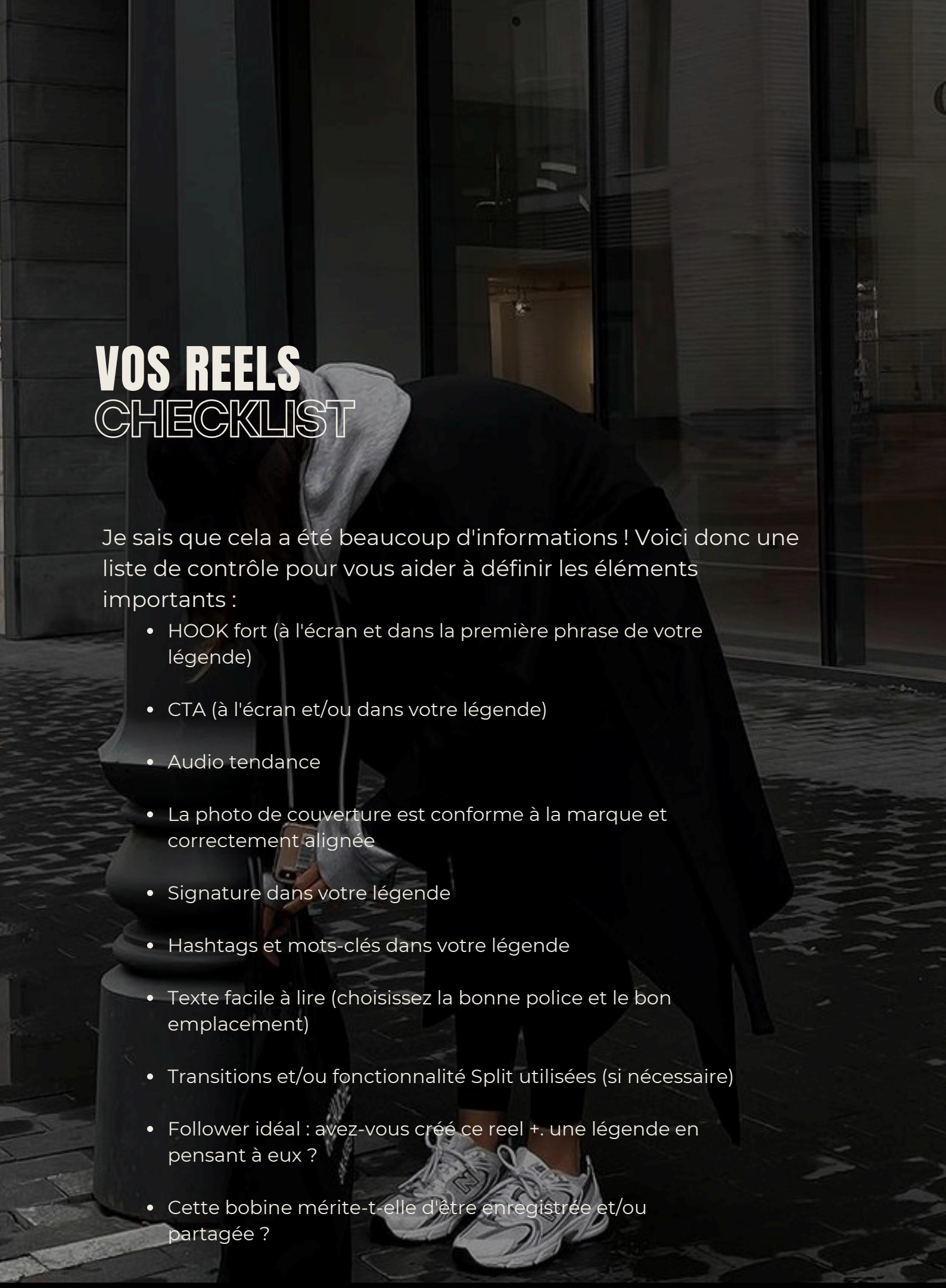
PLUS DE CONSEILS
SUITE.

Répondre aux commentaires : prenez quelques minutes pendant votre temps libre pour parcourir et répondre aux commentaires. Cela incitera les gens à revenir sur votre bobine et améliorera vos taux d'engagement ! Interagissez avec vos abonnés, posez des questions et établissez cette confiance.

Restez simple : les REELS ne doivent pas nécessairement être compliquées ou prendre beaucoup de temps. Avant, je ne publiais JAMAIS de REELS parce que je pensais que j'avais besoin de compétences en montage vidéo pour les rendre sophistiquées et de haute qualité. N'y pensez pas trop !

Soyez patient : les reels ont parfois une façon de prendre leur temps ! Parfois, les miens commencent à bien fonctionner des SEMAINES après les avoir publiés.

Restez cohérent : je ne saurais trop insister sur ce point ! Jouez au long jeu. Ne postez pas simplement pour essayer de devenir viral. Gardez à l’esprit votre suiveur idéal et présentez-vous systématiquement à lui. L’algorithme n’est PAS là pour vous avoir !



VOS REELS CHECKLIST

Je sais que cela a été beaucoup d'informations ! Voici donc une liste de contrôle pour vous aider à définir les éléments importants :

- HOOK fort (à l'écran et dans la première phrase de votre légende)
- CTA (à l'écran et/ou dans votre légende)
- Audio tendance
- La photo de couverture est conforme à la marque et correctement alignée
- Signature dans votre légende
- Hashtags et mots-clés dans votre légende
- Texte facile à lire (choisissez la bonne police et le bon emplacement)
- Transitions et/ou fonctionnalité Split utilisées (si nécessaire)
- Follower idéal : avez-vous créé ce reel +. une légende en pensant à eux ?
- Cette bobine mérite-t-elle d'être enregistrée et/ou partagée ?

APPLICATIONS UTILES

CapCut : application de montage vidéo avec plus d'options de texte et d'édition si vous préférez créer vos REELS en dehors de l'application IG. Personnellement, je n'utilise cette application que lorsque j'ai besoin d'utiliser la fonction d'écran vert.

Unsplash : téléchargez des images de stock de haute qualité (utilisez
ceci pour les photos d'arrière-plan lors de l'utilisation de la fonction d'écran vert).

Légendes : cette application est idéale si/quand vous le souhaitez
publiez une bobine parlante et souhaitez inclure des sous-titres de haute qualité.

ManyChat : à utiliser pour l'automatisation. Si vous utilisez un CTA comme « Commentez [mots-clefs] pour le lien », ManyChat est ce que
vous pouvez utiliser pour répondre automatiquement aux commentaires et envoyer des DM avec votre lien.

DARK AESTHETICS



PRODUIT PLR DSA

C’EST QUOI ?

LE DARK AESTHETICS EST UNE TENDANCE GRANDISSANTE SUR INSTAGRAM, NOTAMMENT DANS LES CONTENUS DE MOTIVATION ET D'INSPIRATION. CE STYLE VISUEL SE CARACTÉRISE PAR L'UTILISATION DE COULEURS SOMBRES, DE TEXTURES BRUTES ET D'UNE AMBIANCE ÉPURÉE. MAÎTRISER LE DARK AESTHETICS PERMET DE SE DÉMARQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET D'ATTIRER L'ATTENTION DE SA COMMUNAUTÉ. CE GUIDE VOUS AIDERA À COMPRENDRE LES CODES DU DARK AESTHETICS ET À LES APPLIQUER EFFICACEMENT À VOTRE CONTENU INSTAGRAM. PRÉPAREZ-VOUS À DONNER UNE DIMENSION UNIQUE À VOS PUBLICATIONS ET À DEVENIR UNE RÉFÉRENCE DANS VOTRE DOMAINE.

ÉLÉMENTS

LA PALETTE DE COULEURS SOMBRES ET MONOCHROMES EST UN ÉLÉMENT ESSENTIEL DU DARK AESTHETICS. JOUEZ SUR LES NOIRS, LES GRIS ET LES TOUCHES DE BLANC POUR CRÉER UNE AMBIANCE MYSTÉRIEUSE ET ÉLÉGANTE. LES TEXTURES BRUTES, TELLES QUE LE BÉTON, LE BOIS OU LE MÉTAL, APPORTENT UNE DIMENSION TACTILE ET NATURELLE À VOS VISUELS. MISEZ SUR DES TYPOGRAPHIES ÉPURÉES ET CONTRASTÉES POUR METTRE EN VALEUR VOTRE MESSAGE. L'UTILISATION D'OMBRES ET DE LUMIÈRES CRÉATIVES CONTRIBUE À RENFORCER L'ASPECT SOMBRE ET DRAMATIQUE DE VOTRE ESTHÉTIQUE. MAÎTRISER CES DIFFÉRENTS ÉLÉMENTS VOUS PERMETTRA DE DÉVELOPPER UN STYLE DARK AESTHETICS UNIQUE ET RECONNAISSABLE.

EXEMPLES

EXEMPLE CONCRET : CRÉER UNE PUBLICATION INSTAGRAM AVEC UN STYLE DARK AESTHETICS. COMMENCEZ PAR SÉLECTIONNER UNE IMAGE INSPIRANTE, PAR EXEMPLE UNE PHOTO D'UN PAYSAGE NATUREL. UTILISEZ UN OUTIL D'ÉDITION COMME CANVA POUR AJOUTER UN FILTRE SOMBRE, DES TEXTURES DE PAPIER OU DE PIERRE, ET JOUER SUR LES OMBRES ET LES CONTRASTES. CHOISISSEZ ENSUITE UNE TYPOGRAPHIE ÉPURÉE ET CONTRASTÉE POUR VOTRE TEXTE DE MOTIVATION. FINISSEZ EN HARMONISANT LES COULEURS ET LES FORMES POUR DONNER UNE ESTHÉTIQUE SOMBRE ET ÉLÉGANTE À VOTRE PUBLICATION.

OUTILS À UTILISER :

- CANVA
- SNAPSEED
- VSCO
- UNFOLD

ÉTAPES :

1. CHOISIR UNE IMAGE INSPIRANTE ET MOTIVANTE
2. AJOUTER UN FILTRE SOMBRE ET DES TEXTURES DE MATÉRIAUX NATURELS
3. JOUER SUR LES OMBRES ET LES CONTRASTES POUR ACCENTUER L'AMBIANCE
4. SÉLECTIONNER UNE TYPOGRAPHIE ÉPURÉE ET CONTRASTÉE POUR LE TEXTE
5. HARMONISER L'ENSEMBLE POUR UN VISUEL COHÉRENT ET CAPTIVANT

CONTENU

CHOISIR DES IMAGES ET DES VIDÉOS ADAPTÉES AU DARK AESTHETICS EST PRIMORDIAL. PRIVILÉGIEZ DES SCÈNES MINIMALISTES, DES PAYSAGES SOMBRES OU DES SUJETS AUX LIGNES ÉPURÉES. UTILISEZ DES OUTILS D'ÉDITION PERFORMANTS POUR ACCENTUER LES CONTRASTES, AJOUTER DES TEXTURES ET JOUER SUR LES OMBRES. STRUCTUREZ VOTRE CONTENU DE MANIÈRE CAPTIVANTE, EN ALTERNANT GROS PLANS, PLANS LARGES ET DÉTAILS. MISEZ SUR UNE NARRATION SUBTILE ET UNE ESTHÉTIQUE COHÉRENTE POUR PLONGER VOTRE AUDIENCE DANS UNE ATMOSPHÈRE ENVOÛTANTE. EXPÉRIMENTEZ DIFFÉRENTES APPROCHES CRÉATIVES POUR TROUVER VOTRE STYLE DARK AESTHETICS SIGNATURE.

EXEMPLES

EXEMPLE CONCRET : RÉALISER UNE SÉRIE DE 3 REELS INSTAGRAM DANS UN STYLE DARK AESTHETICS. COMMENCEZ PAR FILMER DES PLANS RAPPROCHÉS SUR DES ÉLÉMENTS DE LA NATURE (FEUILLES, PIERRES, FLEURS). UTILISEZ ENSUITE DES MOUVEMENTS DE CAMÉRA FLUIDES ET DES EFFETS DE LUMIÈRE TAMISÉE. TERMINEZ AVEC UN PLAN LARGE D'UN PAYSAGE NATUREL SOMBRE ET MINIMALISTE. MONTEZ L'ENSEMBLE DANS UN OUTIL DE MONTAGE VIDÉO COMME INSHOT OU VIDEOSHOP EN AJOUTANT DES TRANSITIONS ÉLÉGANTES ET DES SOUS-TITRES INSPIRANTS.

OUTILS À UTILISER :

- INSHOT
- VIDEOSHOP
- CANVA
- MOTIONLEAP

ÉTAPES :

1. FILMER DES GROS PLANS DE DÉTAILS NATURELS POUR CRÉER DE L'INTIMITÉ
2. UTILISER DES MOUVEMENTS DE CAMÉRA LENTS ET FLUIDES
3. JOUER SUR L'ÉCLAIRAGE POUR OBTENIR UNE AMBIANCE SOMBRE ET DRAMATIQUE
4. TERMINER AVEC UN PLAN LARGE D'UN PAYSAGE NATUREL MINIMALISTE
5. MONTER LES SÉQUENCES AVEC DES TRANSITIONS SUBTILES ET DES SOUS-TITRES INSPIRANTS

OPTIMISATION

RÉALISER DES REELS PERCUTANTS EST UN EXCELLENT MOYEN DE METTRE EN VALEUR VOTRE DARK AESTHETICS. JOUEZ SUR LES MOUVEMENTS LENTS, LES TRANSITIONS FLUIDES ET LES EFFETS DE LUMIÈRE POUR CRÉER UNE AMBIANCE SAISISSANTE. UTILISEZ LES BONS HASHTAGS ET GÉOLOCALISATIONS POUR QUE VOTRE CONTENU SOIT FACILEMENT DÉCOUVRABLE PAR VOTRE CIBLE. INTERAGISSEZ RÉGULIÈREMENT AVEC VOTRE COMMUNAUTÉ POUR TISSER DES LIENS AUTHENTIQUES ET FIDÉLISER VOS FOLLOWERS. ANALYSEZ LES PERFORMANCES DE VOS PUBLICATIONS POUR IDENTIFIER LES FORMATS, LES SUJETS ET LES CRÉNEAUX HORAIRES LES PLUS PERFORMANTS. SOYEZ À L'ÉCOUTE DES TENDANCES DU DARK AESTHETICS POUR TOUJOURS VOUS RENOUVELER.

EXEMPLES

EXEMPLE CONCRET : CRÉER UN REEL INSTAGRAM DANS UN STYLE DARK AESTHETICS. COMMENCEZ PAR SÉLECTIONNER UNE MUSIQUE ATMOSPHÉRIQUE ET INSPIRANTE. FILMEZ UNE SUCCESSION DE PLANS RAPPROCHÉS SUR DES ÉLÉMENTS NATURELS (MAINS, FLEURS, ROCHERS). UTILISEZ DES MOUVEMENTS DE CAMÉRA LENTS ET DES EFFETS DE RALENTI POUR RENFORCER L'ASPECT MÉDITATIF. AJOUTEZ DES TRANSITIONS FLUIDES ET DES SUPERPOSITIONS D'OMBRES POUR ACCENTUER L'AMBIANCE SOMBRE. TERMINEZ AVEC UN PLAN LARGE SUR UN PAYSAGE NATUREL SOMBRE ET MINIMALISTE. OPTIMISEZ VOTRE REEL AVEC DES HASHTAGS PERTINENTS ET UNE GÉOLOCALISATION TENDANCE.

OUTILS À UTILISER :

- INSHOT
- VIDEOSHOP
- MOTIONLEAP
- HASHTAG GENERATOR

ÉTAPES :

1. CHOISIR UNE MUSIQUE D'AMBIANCE INSPIRANTE ET MÉDITATIVE
2. FILMER UNE SUCCESSION DE GROS PLANS SUR DES ÉLÉMENTS NATURELS
3. UTILISER DES MOUVEMENTS DE CAMÉRA LENTS ET DES EFFETS DE RALENTI
4. AJOUTER DES TRANSITIONS FLUIDES ET DES SUPERPOSITIONS D'OMBRES
5. TERMINER AVEC UN PLAN LARGE SUR UN PAYSAGE NATUREL SOMBRE
6. OPTIMISER LE REEL AVEC DES HASHTAGS ET UNE GÉOLOCALISATION PERTINENTS

STRATÉGIE

COMMENCEZ PAR IDENTIFIER VOTRE PUBLIC CIBLE ET ANALYSEZ LES STRATÉGIES DE VOS PRINCIPAUX CONCURRENTS. DÉFINISSEZ UNE LIGNE ÉDITORIALE COHÉRENTE QUI REFLÈTE VOTRE PERSONNALITÉ ET VOS VALEURS. CRÉEZ UN CONTENU DE QUALITÉ QUI SAURA CAPTIVER VOTRE AUDIENCE ET LA FAIRE RÉAGIR. OPTIMISEZ CONSTAMMENT VOTRE STRATÉGIE EN FONCTION DES MÉTRIQUES CLÉS ET DES RETOURS DE VOTRE COMMUNAUTÉ. SOYEZ AGILE ET N'HÉSITEZ PAS À TESTER DE NOUVELLES APPROCHES POUR RESTER PERTINENT ET INNOVANT.

EXEMPLES

EXEMPLE CONCRET : DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE CONTENU DARK AESTHETICS POUR UNE MARQUE DE BIEN-ÊTRE. COMMENCEZ PAR ANALYSER LES COMPTES INSTAGRAM DE VOS PRINCIPAUX CONCURRENTS ET IDENTIFIEZ LEURS FORCES ET FAIBLESSES EN MATIÈRE DE DARK AESTHETICS INSPIRANT. DÉFINISSEZ ENSUITE VOTRE PROPRE LIGNE ÉDITORIALE EN PHASE AVEC L'IDENTITÉ DE LA MARQUE : PALETTE DE COULEURS SOMBRES, MISE EN SCÈNE MINIMALISTE, TYPOGRAPHIE ÉPURÉE. CRÉEZ UN PLANNING DE PUBLICATION COHÉRENT EN ALTERNANT DIFFÉRENTS FORMATS (PHOTOS, VIDÉOS, REELS) ET EN VOUS INSPIRANT DES TENDANCES DU MOMENT. ANALYSEZ RÉGULIÈREMENT LES PERFORMANCES DE VOS PUBLICATIONS POUR AFFINER VOTRE STRATÉGIE ET RESTER PERTINENT.

OUTILS À UTILISER :

- ICONOSQUARE
- HOOTSUITE
- GOOGLE TRENDS
- EXCEL/SHEETS

ÉTAPES :

1. ANALYSER LES COMPTES INSTAGRAM DES CONCURRENTS ET IDENTIFIER LEURS FORCES/FAIBLESSES
2. DÉFINIR UNE LIGNE ÉDITORIALE DARK AESTHETICS EN PHASE AVEC L'IDENTITÉ DE LA MARQUE
3. CRÉER UN PLANNING DE PUBLICATION COHÉRENT AVEC DIFFÉRENTS FORMATS DE CONTENU
4. S'INSPIRER DES TENDANCES ACTUELLES DU DARK AESTHETICS INSPIRANT SUR LES RÉSEAUX
5. ANALYSER RÉGULIÈREMENT LES PERFORMANCES ET AJUSTER SA STRATÉGIE EN CONSÉQUENCE

INSPIRATION

RESTEZ À L'AFFÛT DES DERNIÈRES TENDANCES ET INNOVATIONS DANS LE DOMAINE DU DARK AESTHETICS. COLLABOREZ AVEC D'AUTRES CRÉATEURS PARTAGEANT LA MÊME SENSIBILITÉ POUR ENRICHIR VOTRE UNIVERS VISUEL. METTEZ EN AVANT VOTRE APPROCHE UNIQUE ET VOTRE VISION SINGULIÈRE POUR DEVENIR UNE RÉFÉRENCE DANS VOTRE SECTEUR. SOYEZ À L'ÉCOUTE DE VOTRE COMMUNAUTÉ ET N'HÉSITEZ PAS À L'IMPLIQUER DANS VOS PROJETS. CULTIVEZ UNE IMAGE DE MARQUE FORTE ET COHÉRENTE POUR MARQUER LES ESPRITS ET INSPIRER LES AUTRES.

EXEMPLES

EXEMPLE CONCRET : DÉVELOPPER UNE COLLABORATION AVEC UN AUTRE CRÉATEUR INSTAGRAM AU STYLE DARK AESTHETICS INSPIRANT. COMMENCEZ PAR IDENTIFIER DES PROFILS PARTAGEANT UNE SENSIBILITÉ VISUELLE SIMILAIRE À LA VÔTRE. ENTREZ EN CONTACT AVEC EUX ET PROPOSEZ UNE COLLABORATION CRÉATIVE, PAR EXEMPLE UN ÉCHANGE DE STORIES OU LA RÉALISATION D'UN REEL COMMUN. DÉFINISSEZ ENSEMBLE UNE LIGNE DIRECTRICE ET UN CONCEPT QUI POURRA INSPIRER VOTRE COMMUNAUTÉ. RÉALISEZ LE CONTENU DE MANIÈRE COORDONNÉE ET PUBLIEZ-LE SIMULTANÉMENT SUR VOS COMPTES RESPECTIFS. EXPLOITEZ ENSUITE CETTE COLLABORATION POUR ACCROÎTRE VOTRE VISIBILITÉ ET VOTRE NOTORIÉTÉ AUPRÈS DE NOUVEAUX PUBLICS.

OUTILS À UTILISER :

- INSTAGRAM DIRECT
- CANVA
- INSHOT
- REELS COLLAB

ÉTAPES :

1. IDENTIFIER DES CRÉATEURS INSTAGRAM AU STYLE DARK AESTHETICS INSPIRANT
2. ENTRER EN CONTACT ET PROPOSER UNE COLLABORATION CRÉATIVE
3. DÉFINIR ENSEMBLE UN CONCEPT ET UNE LIGNE DIRECTRICE INSPIRANTS
4. RÉALISER LE CONTENU DE MANIÈRE COORDONNÉE POUR UNE PUBLICATION SIMULTANÉE
5. EXPLOITER LA COLLABORATION POUR ACCROÎTRE SA VISIBILITÉ ET SA NOTORIÉTÉ

CONCLUSION

CONTINUER À PERFECTIONNER VOTRE MAÎTRISE DU DARK AESTHETICS SERA ESSENTIEL POUR PÉRENNISER VOTRE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX. ADAPTEZ-VOUS AVEC AGILITÉ AUX ÉVOLUTIONS CONSTANTES DES PLATEFORMES ET DES ATTENTES DE VOTRE AUDIENCE. CULTIVEZ VOTRE UNICITÉ ET VOTRE CRÉATIVITÉ POUR VOUS DÉMARQUER DURABLEMENT DANS UN PAYSAGE CONCURRENTIEL. REJOIGNEZ LA COMMUNAUTÉ GRANDISSANTE DES PASSIONNÉS DU DARK AESTHETICS ET CONTINUEZ À VOUS INSPIRER MUTUELLEMENT. ENSEMBLE, REPOUSSEZ LES LIMITES DE CETTE ESTHÉTIQUE CAPTIVANTE ET DEVENEZ UNE RÉFÉRENCE INCONTOURNABLE.


111
PRODUITS
DIGITAUX
PRODUIT PLR DSA

AVANT

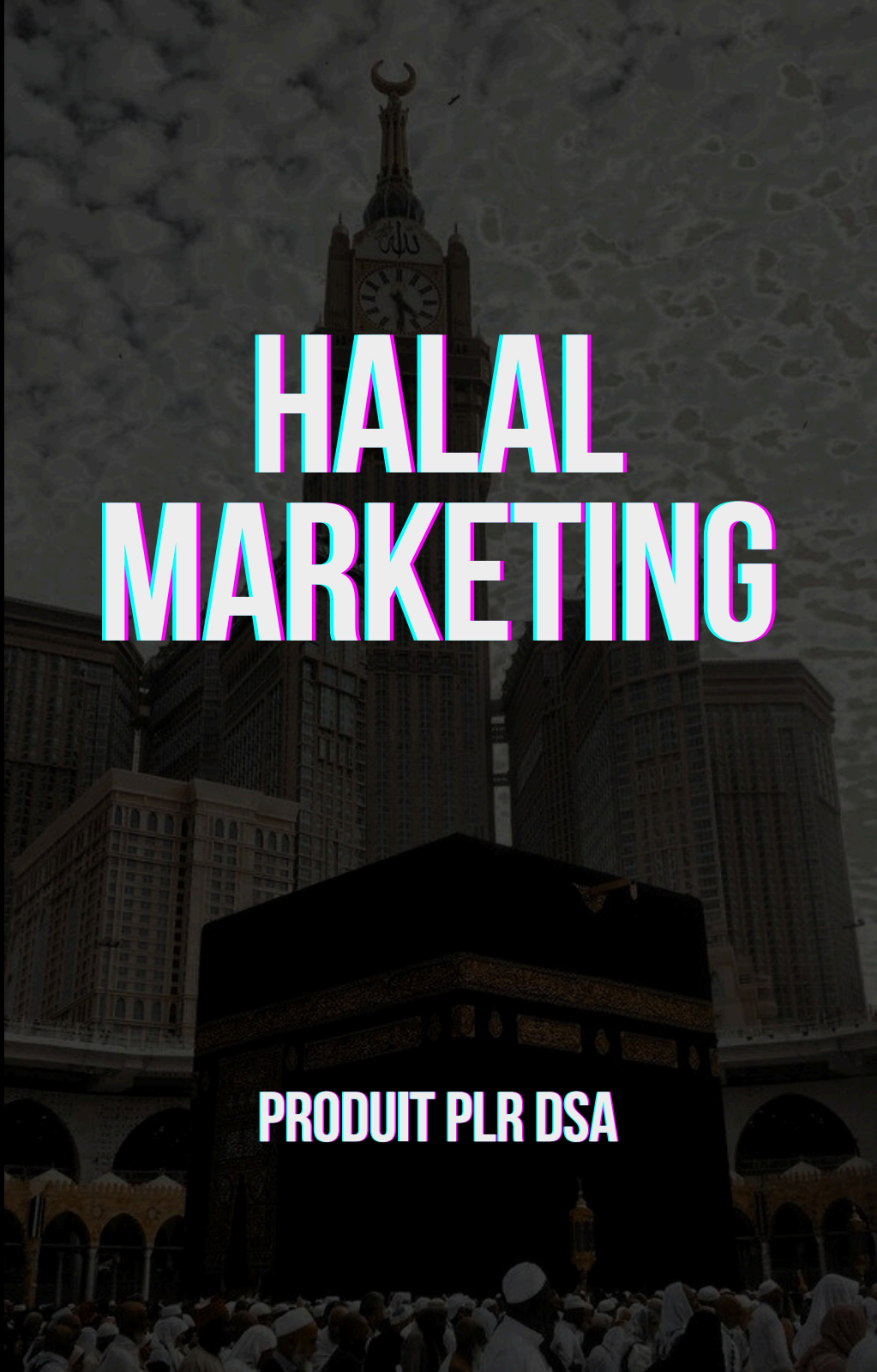
UN PRODUIT DIGITAL EST UN BIEN IMMATÉRIEL QUI PEUT ÊTRE CRÉÉ, STOCKÉ, DISTRIBUÉ ET CONSOMMÉ DE MANIÈRE NUMÉRIQUE.

LES PRINCIPAUX AVANTAGES DES PRODUITS DIGITAUX SONT LEUR REPRODUCTIBILITÉ À FAIBLE COÛT, LEUR DISTRIBUTION INSTANTANÉE ET LEUR ACCESSIBILITÉ MONDIALE. ILS OFFRENT ÉGALEMENT AUX CRÉATEURS UNE OPPORTUNITÉ DE GÉNÉRER DES REVENUS RÉCURRENTS ET ÉVOLUTIFS.

VOICI 111 EXEMPLES :

- EBOOKS
- GUIDES PRATIQUES
- FORMATIONS EN LIGNE
- WEBINAIRES
- TUTORIELS VIDÉO
- CHECKLISTS
- FICHES D'EXERCICES
- CAHIERS D'ACTIVITÉS
- PLANIFICATEURS
- CALENDRIERS
- TABLEAUX DE SUIVI
- RESSOURCES DOCUMENTAIRES
- JEUX ÉDUCATIFS
- TROUSSES À OUTILS
- RECETTES DE CUISINE
- PROGRAMMES DE FITNESS
- CONSEILS ASTROLOGIQUES
- PRÉVISIONS SAISONNIÈRES
- CARNETS DE VOYAGE
- CARTES MENTALES
- ANALYSES DE LIVRES
- ÉTUDES DE CAS
- RAPPORTS DE MARCHÉ
- LIVRES AUDIO
- PODCASTS
- PLAYLISTS MUSICALES
- PACKS AUDIO
- PRÉSENTATIONS POWERPOINT
- INFOGRAPHIES
- MODÈLES DE SITES WEB
- MODÈLES PUBLICITAIRES
- MODÈLES DE CARTES DE VISITE
- MODÈLES DE FLYERS
- MODÈLES DE BROCHURES
- MODÈLES DE NEWSLETTERS
- MODÈLES DE DEVIS
- MODÈLES DE FACTURES
- MODÈLES DE CONTRATS
- MODÈLES DE RAPPORTS
- MODÈLES DE PLANNINGS
- MODÈLES DE TABLEAUX DE BORD
- MODÈLES DE FORMULAIRES
- MODÈLES DE CV
- MODÈLES DE LETTRES DE MOTIVATION
- LETTRES DE RECOMMANDATION
- LETTRES DE DÉMISSION
- LETTRES DE REMERCIEMENT
- LETTRES DE RÉCLAMATION
- LETTRES D'EXCUSE
- LETTRES DE CONDOLÉANCES
- LETTRES D'INTRODUCTION
- LETTRES DE FÉLICITATIONS
- LETTRES DE DEMANDE
- LETTRES DE SUIVI
- LETTRES DE RELANCE
- LETTRES DE RÉPONSE
- LETTRES DE REFUS
- LETTRES D'ACCEPTATION
- FONDS D'ÉCRAN
- ILLUSTRATIONS
- PACKS D'ICÔNES
- POLICES DE CARACTÈRES
- BANNIÈRES
- ÉLÉMENTS GRAPHIQUES
- FILTRES PHOTO/VIDÉO

- MOCKUPS
- MODÈLES DE LOGOS
- MODÈLES D'EMBALLAGES
- MODÈLES D'IDENTITÉS VISUELLES
- MODÈLES DE BRANDING
- MODÈLES DE MOODBOARDS
- MODÈLES DE PRÉSENTATIONS
- MODÈLES DE CARTES DE VOEUX
- MODÈLES D'INVITATIONS
- MODÈLES DE MENUS
- MODÈLES D'ÉTIQUETTES
- MODÈLES DE PACKAGING
- MODÈLES DE CARTES POSTALES
- MODÈLES DE TICKETS
- MODÈLES DE BONS CADEAUX
- MODÈLES DE CERTIFICATS
- MODÈLES DE DIPLÔMES
- MODÈLES DE BADGES
- MODÈLES DE MÉDAILLES
- MODÈLES DE TÉMOIGNAGES
- MODÈLES DE CITATIONS
- MODÈLES DE CITATIONS INSPIRANTES
- MODÈLES DE PLANNINGS
- MODÈLES DE PLANIFICATEURS
- MODÈLES DE LISTES DE TÂCHES
- MODÈLES DE RÉSEAUX SOCIAUX
- SCRIPTS DE VENTE
- PITCH DECKS
- PLANS D'AFFAIRES
- BUDGETS
- FORECASTS
- TABLEAUX DE BORD
- ANALYSES DE DONNÉES
- ÉTUDES DE MARCHÉ
- PERSONAS CLIENTS
- STRATÉGIES MARKETING
- PLANS DE CONTENU
- STRATÉGIES SEO
- AUTOMATISATIONS MARKETING
- E-LEARNING
- SIMULATIONS
- JEUX SÉRIEUX
- MODULES DE FORMATION
- TUTORIELS INTERACTIFS
- RESSOURCES PÉDAGOGIQUES
- COACHING EN LIGNE



HALAL MARKETING

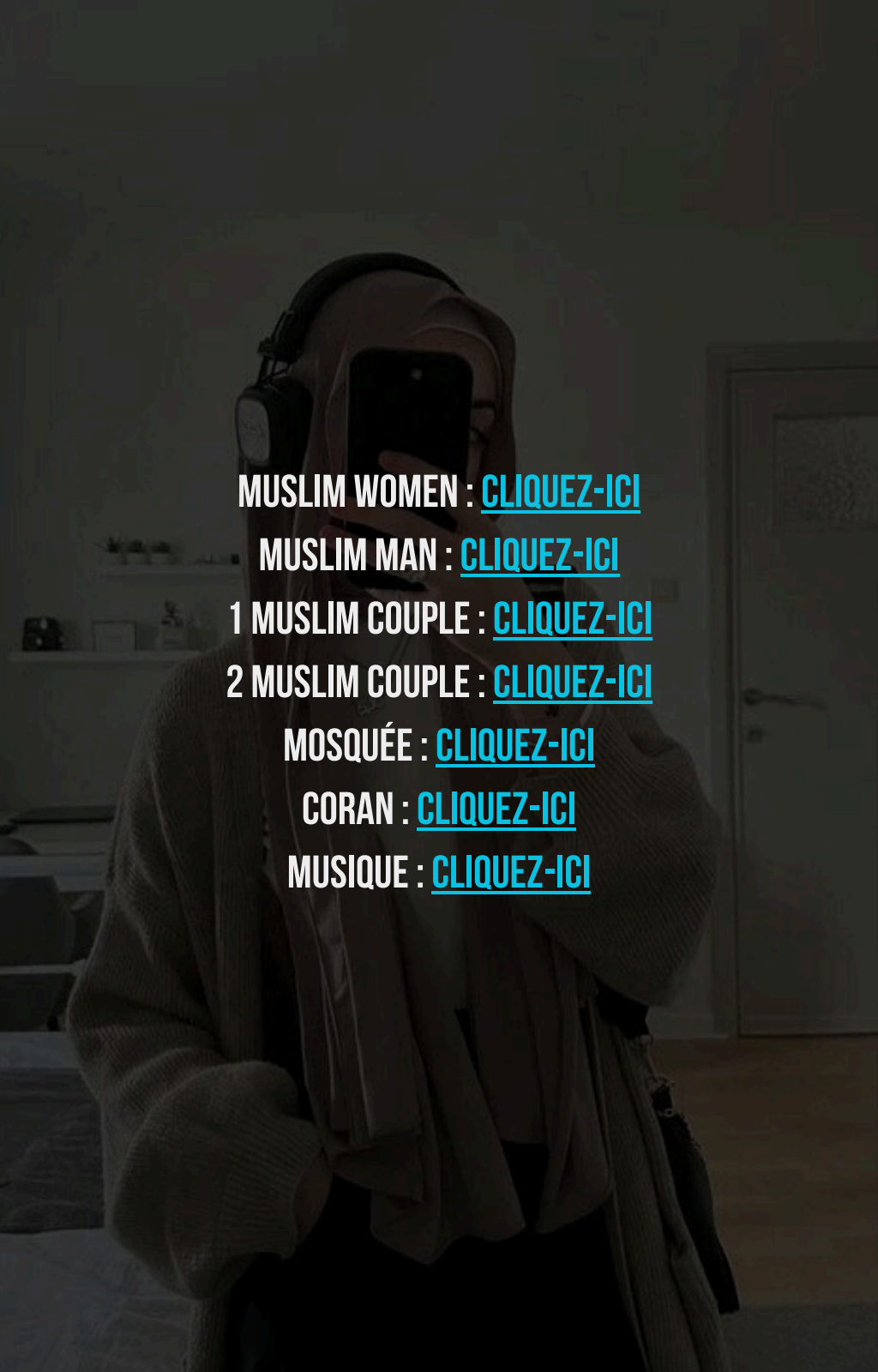
PRODUIT PLR DSA

CONTEXTE

LE HALAL MARKETING FAIT RÉFÉRENCE À L'ENSEMBLE DES TECHNIQUES ET STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION DE PRODUITS ET SERVICES CONFORMES AUX PRINCIPES ET VALEURS DE L'ISLAM. L'OBJECTIF EST DE S'ADRESSER À LA COMMUNAUTÉ MUSULMANE MONDIALE, QUI REPRÉSENTE UN MARCHÉ EN FORTE CROISSANCE.

MAIS POUR COMMUNIQUER DE FAÇON HALAL, LES MARQUETEURS AURONT BESOIN D'UTILISER DES RUSHS DIT NON HARAM.

À TRAVERS CE PDF, VOUS TROUVEREZ TOUTES LES PHOTOS, VIDÉOS & MUSIQUE QUE VOUS POUVEZ UTILISER SANS MONTRER VOTRE TÊTE.


MUSLIM WOMEN : CLIQUEZ-ICI
MUSLIM MAN : CLIQUEZ-ICI
1 MUSLIM COUPLE : CLIQUEZ-ICI
2 MUSLIM COUPLE : CLIQUEZ-ICI
MOSQUÉE : CLIQUEZ-ICI
CORAN : CLIQUEZ-ICI
MUSIQUE : CLIQUEZ-ICI



VOTRE NOM EST ICI

Qu'est-ce qu'il y a à l'intérieur

CONTENU

ARTICLE 01.

AUDIT & STATISTIQUES

pages 4 à 9

ARTICLE 02.

PILIERS DE CONTENU

pages 10 à 18

ARTICLE 03.

CALENDRIER DE PUBLICATION

pages 19 à 32

ARTICLE 04.

ADMINISTRATEUR DES MÉDIAS SOCIAUX

pages 33 à 39

section 1.

AUDIT & STATISTIQUES

PAGES XX - XX

AUDIT DES MÉDIAS SOCIAUX

PLATEFORME ACTUELLE UTILISÉE :

RÉSULTAT DE LA PLATEFORME ACTUELLE :

			
actuel AIME	*actuel* ACTIONS	*actuel* COMMENTAIRES	*actuel* VUES

LES RAISONS :

DE QUELS CHANGEMENTS AVEZ-VOUS BESOIN ?

ANALYSE DES ENGAGEMENTS :

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	DIX	COMMENTAIRES

STATISTIQUES

Plate-forme:

MOIS	SEMAINE 1	SEMAINE 2	SEMAINE 3	SEMAINE 4
JANVIER				
FÉVRIER				
MARS				
AVRIL				
PEUT				
JUIN				
JUILLET				
AOÛT				
SEPTEMBRE				
OCTOBRE				
NOVEMBRE				
DÉCEMBRE				

BILAN DE 6 MOIS

Plate-forme:

LIKES

JAN _____ ☐
FÉV _____ ☐
MAR _____ ☐
AVR _____ ☐
PEUT _____ ☐
JUIN _____ ☐

COMMENTAIRES

JAN _____ ☐
FÉV _____ ☐
MAR _____ ☐
AVR _____ ☐
PEUT _____ ☐
JUIN _____ ☐

FOLLOWERS

JAN _____ ☐
FÉV _____ ☐
MAR _____ ☐
AVR _____ ☐
PEUT _____ ☐
JUIN _____ ☐

LES ABONNÉS

JAN _____ ☐
FÉV _____ ☐
MAR _____ ☐
AVR _____ ☐
PEUT _____ ☐
JUIN _____ ☐

REMARQUES:

BILAN DE 6 MOIS

Plate-forme:

AIME

JUILLET _____ ☐
AOÛT _____ ☐
SEPT _____ ☐
OCT _____ ☐
NOV _____ ☐
DÉC _____ ☐

COMMENTAIRES

JUILLET _____ ☐
AOÛT _____ ☐
SEPT _____ ☐
OCT _____ ☐
NOV _____ ☐
DÉC _____ ☐

FOLLOWERS

JUILLET _____ ☐
AOÛT _____ ☐
SEPT _____ ☐
OCT _____ ☐
NOV _____ ☐
DÉC _____ ☐

LES ABONNÉS

JUILLET _____ ☐
AOÛT _____ ☐
SEPT _____ ☐
OCT _____ ☐
NOV _____ ☐
DÉC _____ ☐

Plate-forme:

APERÇU ANNUEL

JAN					
FÉV					
MAR					
AVR					
PEUT					
JUIN					
JUILLET					
AOÛT					
SEP					
OCTOBRE					
NOV					
DÉC					

section 2.

VOS PILIERS DE CONTENU

CHOISIR VOS PILIERS DE CONTENU

C'est une excellente idée de choisir plusieurs piliers de contenu pour vos réseaux sociaux. Cela aide non seulement à décomposer la création de contenu réelle afin qu'il soit plus facile de penser aux idées et au contenu à partager, mais cela aide également à vous établir en tant qu'autorité sur les plateformes sociales dans ces domaines.

Utilisez le planificateur ci-dessous pour choisir 5 à 7 piliers de contenu qui, selon vous, conviendraient parfaitement à votre marque.

PILIER
01.

PILIER
02.

PILIER
03.

PILIER
04.

PILIER
05.

PILIER
06.

PILIER
07.

Remarques

PILIER #1

NOM DU PILIER DE CONTENU

BUT :

☐ ÉDUCATIF ☐ ENGAGEANT ☐ INSPIRANT

IDÉES DE TITRES	HASHTAGS

IDÉES DE PUBLICATION

- PARTAGEZ UNE PHOTO DE VOUS AU TRAVAIL
- PARTAGEZ QUELQUE CHOSE D'INSPIRANT
- RÉPONDRE À UNE QUESTION
- RACONTER UNE HISTOIRE
- PRÉSENTER UN PRODUIT

PILIER #2

NOM DU PILIER DE CONTENU

BUT :

☐ ÉDUCATIF ☐ ENGAGEANT ☐ INSPIRANT

IDÉES DE TITRES	HASHTAGS

IDÉES DE PUBLICATION

- PARTAGEZ UNE PHOTO DE VOUS AU TRAVAIL
- PARTAGEZ QUELQUE CHOSE D'INSPIRANT
- RÉPONDRE À UNE QUESTION
- RACONTER UNE HISTOIRE
- PRÉSENTER UN PRODUIT

PILIER #3

NOM DU PILIER DE CONTENU

BUT :

☐ ÉDUCATIF ☐ ENGAGEANT ☐ INSPIRANT

IDÉES DE TITRES	HASHTAGS

IDÉES DE PUBLICATION

- PARTAGEZ UNE PHOTO DE VOUS AU TRAVAIL
- PARTAGEZ QUELQUE CHOSE D'INSPIRANT
- RÉPONDRE À UNE QUESTION
- RACONTER UNE HISTOIRE
- PRÉSENTER UN PRODUIT

PILIER #4

NOM DU PILIER DE CONTENU

BUT :

☐ ÉDUCATIF ☐ ENGAGEANT ☐ INSPIRANT

IDÉES DE TITRES	HASHTAGS

IDÉES DE PUBLICATION

- PARTAGEZ UNE PHOTO DE VOUS AU TRAVAIL
- PARTAGEZ QUELQUE CHOSE D'INSPIRANT
- RÉPONDRE À UNE QUESTION
- RACONTER UNE HISTOIRE
- PRÉSENTER UN PRODUIT

PILIER #5

NOM DU PILIER DE CONTENU

BUT :

☐ ÉDUCATIF ☐ ENGAGEANT ☐ INSPIRANT

IDÉES DE TITRES	HASHTAGS

IDÉES DE PUBLICATION

- PARTAGEZ UNE PHOTO DE VOUS AU TRAVAIL
- PARTAGEZ QUELQUE CHOSE D'INSPIRANT
- RÉPONDRE À UNE QUESTION
- RACONTER UNE HISTOIRE
- PRÉSENTER UN PRODUIT

PILIER #6

NOM DU PILIER DE CONTENU

BUT :

☐ ÉDUCATIF ☐ ENGAGEANT ☐ INSPIRANT

IDÉES DE TITRES	HASHTAGS

IDÉES DE PUBLICATION

- PARTAGEZ UNE PHOTO DE VOUS AU TRAVAIL
- PARTAGEZ QUELQUE CHOSE D'INSPIRANT
- RÉPONDRE À UNE QUESTION
- RACONTER UNE HISTOIRE
- PRÉSENTER UN PRODUIT

PILIER #7

NOM DU PILIER DE CONTENU

BUT :

☐ ÉDUCATIF ☐ ENGAGEANT ☐ INSPIRANT

IDÉES DE TITRES	HASHTAGS

IDÉES DE PUBLICATION

- PARTAGEZ UNE PHOTO DE VOUS AU TRAVAIL
- PARTAGEZ QUELQUE CHOSE D'INSPIRANT
- RÉPONDRE À UNE QUESTION
- RACONTER UNE HISTOIRE
- PRÉSENTER UN PRODUIT

section 3.

CALENDRIER DE PUBLICATION

QUAND PUBLIER

Maintenant que vous avez vos piliers de contenu, il est temps de décider quel serait le meilleur moment pour publier sur chacun d'eux au cours de la semaine.

Le respect d'un calendrier avec vos réseaux sociaux aide votre public à savoir quand s'attendre (et revenir) au contenu et peut vous aider à développer votre audience plus rapidement.

Comme la vie est également très chargée et que beaucoup d'entre nous dirigent une petite entreprise, c'est également une excellente idée de prioriser les piliers les plus importants. Ainsi, si vous devez réduire le nombre de publications pendant certaines semaines, vous aurez une idée claire de ce qui doit rester et de ce qui peut disparaître.

PILLAR 01

	M	T	W	T	F	S	S	PRIORITÉ
INSTAGRAM								
FACEBOOK								
YOUTUBE								
PINTEREST								
TIKTOK								
LINKEDIN								

PILLAR 02

	M	T	W	T	F	S	S	PRIORITÉ
INSTAGRAM								
FACEBOOK								
YOUTUBE								
PINTEREST								
TIKTOK								
LINKEDIN								

QUAND PUBLIER

PILLAR 03

	M	T	W	T	F	S	S	PRIORITÉ
INSTAGRAM								
FACEBOOK								
YOUTUBE								
PINTEREST								
TIKTOK								
LINKEDIN								

PILLAR 04

	M	T	W	T	F	S	S	PRIORITÉ
INSTAGRAM								
FACEBOOK								
YOUTUBE								
PINTEREST								
TIKTOK								
LINKEDIN								

PILLAR 05

	M	T	W	T	F	S	S	PRIORITÉ
INSTAGRAM								
FACEBOOK								
YOUTUBE								
PINTEREST								
TIKTOK								
LINKEDIN								

QUAND PUBLIER

PILLAR 06

	M	T	W	T	F	S	S
INSTAGRAM							
FACEBOOK							
YOUTUBE							
PINTEREST							
TIKTOK							
LINKEDIN							

PRIORITÉ

PILLAR 07.

	M	T	W	T	F	S	S
INSTAGRAM							
FACEBOOK							
YOUTUBE							
PINTEREST							
TIKTOK							
LINKEDIN							

PRIORITÉ

REMARQUES SUPPLÉMENTAIRES

TÂCHES QUOTIDIENNES

date:

☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	
☐	☐	

TRAQUEUR DE CADEAUX

PRODUIT :

DATE DE DÉBUT :

DATE DE FIN :

COMMANDITAIRE :

PLATE-FORME :

ENTRÉES :

SUIVEUR GAGNÉ :

RÈGLES

REMARQUES

PROMOTION

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

TAUX DE RÉUSSITE

DATE DE L'ANNONCE :

GAGNANT :

CONTACT :

ADRESSE :

GAGNANT NOTIFIÉ ☐

ARTICLE ENVOYÉ ☐

ARTICLE REÇU ☐

planificateur de publication hebdomadaire

LUNDI

TITRE DE L'ARTICLE

DATE DE PUBLICATION:	
SPONSORISÉ PAR:	
LIÉ À:	
LÉGENDE / DESCRIPTION	

#

LISTE DE CHOSES À FAIRE

- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE
- ☐ TÂCHE

RÉUTILISER LE CONTENU SUR D'AUTRES PLATEFORMES

	ET
INSTAGRAM	
FACEBOOK	
YOUTUBE	
PINTEREST	
TIK TOK	
LINKÉDIN	

REMARQUES

planificateur de publication hebdomadaire

MARDI

TITRE DE L'ARTICLE

DATE DE PUBLICATION:	
SPONSORISÉ PAR:	
LIÉ À:	
LÉGENDE / DESCRIPTION	

#

LISTE DE CHOSES À FAIRE

- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE

RÉUTILISER LE CONTENU SUR D'AUTRES PLATEFORMES

	ET
INSTAGRAM	
FACEBOOK	
YOUTUBE	
PINTEREST	
TIK TOK	
LINKÉDIN	

REMARQUES

planificateur de publication hebdomadaire

MERCREDI

TITRE DE L'ARTICLE

DATE DE PUBLICATION:	
SPONSORISÉ PAR:	
LIÉ À:	
LÉGENDE / DESCRIPTION	

#

LISTE DE CHOSES À FAIRE

- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE

RÉUTILISER LE CONTENU SUR D'AUTRES PLATEFORMES

	ET
INSTAGRAM	
FACEBOOK	
YOUTUBE	
PINTEREST	
TIK TOK	
LINKÉDIN	

REMARQUES

planificateur de publication hebdomadaire

JEUDI

TITRE DE L'ARTICLE

DATE DE PUBLICATION:	
SPONSORISÉ PAR:	
LIÉ À:	
LÉGENDE / DESCRIPTION	

#

LISTE DE CHOSES À FAIRE

- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE

RÉUTILISER LE CONTENU SUR D'AUTRES PLATEFORMES

	ET
INSTAGRAM	
FACEBOOK	
YOUTUBE	
PINTEREST	
TIK TOK	
LINKÉDIN	

REMARQUES

planificateur de publication hebdomadaire

VENDREDI

TITRE DE L'ARTICLE

DATE DE PUBLICATION:	
SPONSORISÉ PAR:	
LIÉ À:	
LÉGENDE / DESCRIPTION	

#

LISTE DE CHOSES À FAIRE

- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE

RÉUTILISER LE CONTENU SUR D'AUTRES PLATEFORMES

	ET
INSTAGRAM	
FACEBOOK	
YOUTUBE	
PINTEREST	
TIK TOK	
LINKÉDIN	

REMARQUES

planificateur de publication hebdomadaire

SAMEDI

TITRE DE L'ARTICLE

DATE DE PUBLICATION:	
SPONSORISÉ PAR:	
LIÉ À:	
LÉGENDE / DESCRIPTION	

#

LISTE DE CHOSES À FAIRE

- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE

RÉUTILISER LE CONTENU SUR D'AUTRES PLATEFORMES

	ET
INSTAGRAM	
FACEBOOK	
YOUTUBE	
PINTEREST	
TIK TOK	
LINKÉDIN	

REMARQUES

planificateur de publication hebdomadaire

DIMANCHE

TITRE DE L'ARTICLE

DATE DE PUBLICATION:	
SPONSORISÉ PAR:	
LIÉ À:	
LÉGENDE / DESCRIPTION	

#

LISTE DE CHOSES À FAIRE

- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE
- [ ] TÂCHE

RÉUTILISER LE CONTENU SUR D'AUTRES PLATEFORMES

	ET
INSTAGRAM	
FACEBOOK	
YOUTUBE	
PINTEREST	
TIK TOK	
LINKÉDIN	

REMARQUES

mensuel

CALENDRIER DE POST

DIM	LUN	MAR	MER	JEU	VEN	SAM

REMARQUES

Section 4.

GESTION DES MÉDIAS SOCIAUX

GESTIONNAIRE DE HASHTAGS

PLANIFICATEUR DE PLANCHES

NOM DU CONSEIL	DESCRIPTION	PUBLIC CIBLE

TRAQUEUR PINTEREST

MOIS	PAGES VUES	SUIVANT	followers
JANVIER			
FÉVRIER			
MARS			
AVRIL			
MAI			
JUIN			
JUILLET			
AOÛT			
SEPTEMBRE			
OCTOBRE			
NOVEMBRE			
DÉCEMBRE			

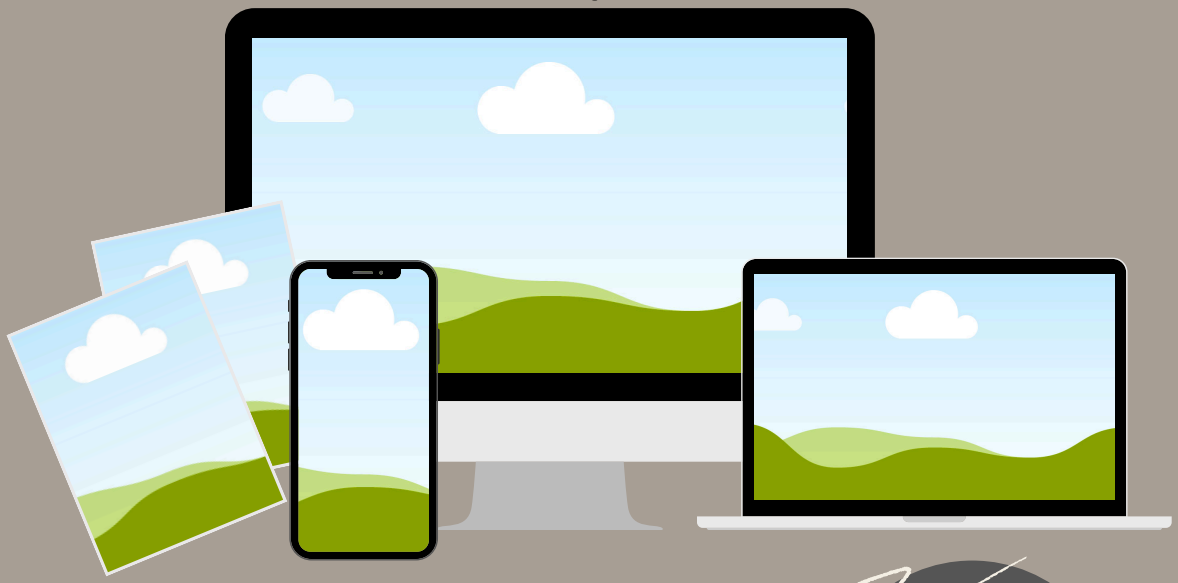
ANALYSE YOUTUBE

DATE DE PUBLICATION	TEMPS	POSTE	AIME	followers	ENGAGEMENT

TRAQUEUR DE MOT DE PASSE

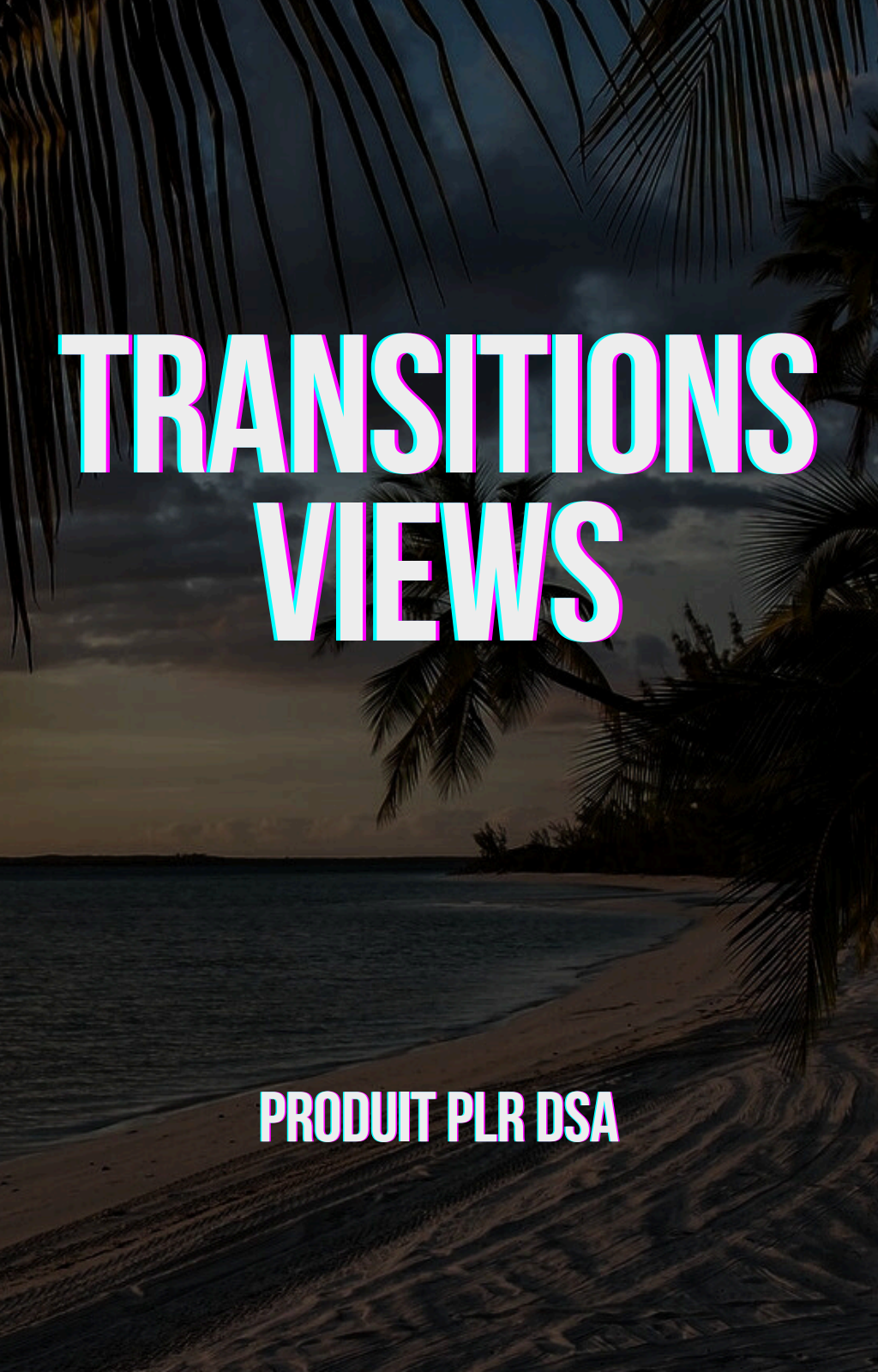
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES
NOM D'UTILISATEUR: MOT DE PASSE:	REMARQUES

TON OFFRE
MARQUE



Ce qui est inclu:

Vente
99,99 $


TRANSITIONS
VIEWS
PRODUIT PLR DSA

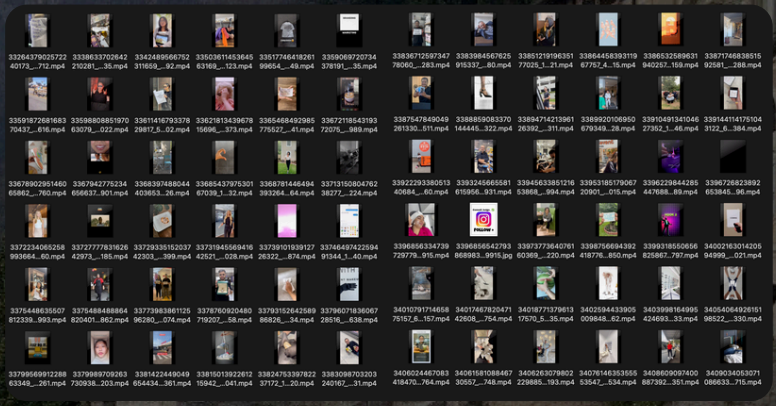
CONTEXTE

CETTE TENDANCE SUR INSTAGRAM OÙ LES CRÉATEURS UTILISENT DES VIDÉOS D'ACCROCHE CHOQUANTES OU SURPRENANTES QUI N'ONT FINALEMENT RIEN À VOIR AVEC LE PRODUIT QU'ILS ESSAIENT DE PROMOUVOIR EST JUSTE MAGIQUE.

ÇA RAMÈNE DE L'ENGAGEMENT, DU PARTAGE ET DES VUES ET LE TOUT À MOINDRE COUP.

PEU IMPORTE LE BUSINESS + LA NICHE OU LE PRODUIT... DU MOMENT QUE Y A L'EFFET SURPRISE.

CLIQUEZ-ICI POUR ACCÉDER À PLUS DE 100 VIDÉOS RÉELS DE TRANSITIONS VISUELS



REVENEZ SOUVENT SUR LE DOSSIER CAR ON RAJOUTE À CHAQUE FOIS DE NOUVEAUX RÉELS.