

A photograph of two women sitting at a wooden table in an outdoor cafe setting, laughing and talking. The woman on the left has long dark hair and is wearing a tan blazer. The woman on the right has her hair in a bun and is wearing a dark blazer. A semi-transparent teal rectangle is overlaid on the center of the image, containing white text.

JE CRÉE

De la richesse

TOUT CE DONT TU AS BESOIN POUR
CRÉER UN PRODUIT DIGITAL QUI SE
VEND, ET COMMENT LE VENDRE !

A PROPOS DE FERRERE MARIE BETTY CLARISSE

Créatrice de produits digitaux et entrepreneuriale, Clarisse transforme chaque passion en projet concret.

À travers ses activités — l'univers animalier, l'écriture, le digital et l'accompagnement — elle construit des solutions simples, accessibles et efficaces pour aider chacun à développer ses propres sources de revenus.

Portée par une approche qui valorise l'autonomie, la créativité et la liberté financière, elle applique au quotidien une méthode qu'elle a intégrée à son entreprise :

- ✦ simplifier ses activités,
- ✦ structurer ses revenus,
- ✦ poser une vision long terme,
- ✦ créer des projets alignés avec sa vie.

Aujourd'hui, Clarisse incarne cette dynamique dans chacun de ses projets.

Elle montre qu'avec les bonnes stratégies digitales, chacun peut transformer ses passions en résultats concrets — sans s'épuiser, sans se disperser, et en préservant sa douceur, son énergie et sa liberté.



MENTIONS LÉGALES - LICENCE

FERRERE MARIE BETTY CLARISSE

Ce livre électronique est une création protégée par les droits d'auteur

LICENCE INCLUSE

En achetant ou en recevant cet ebook, vous obtenez automatiquement une licence d'utilisation et de revente délivrée par FERRERE Marie Betty Clarisse, éditrice indépendante.

Vous êtes autorisé(e) à :

- Revendre ce contenu en votre nom,
- Le modifier, l'adapter ou le compléter,
- Le transmettre selon vos propres conditions (via votre licence personnelle).

RÈGLES IMPORTANTES

- Ce contenu doit être revendu sans aucune référence à l'éditeur initial.
- Toute mention d'un ancien branding doit être retirée avant diffusion.
- La diffusion gratuite est autorisée uniquement selon vos propres conditions.
- Vous êtes responsable de vos prix, de vos modifications et des conditions transmises à vos clients.

RESPONSABILITÉ

Vous êtes seul(e) responsable de la version que vous diffusez : contenu, promesses, modifications, revente ou redistribution.

SOMMAIRE

- | | | | |
|----|--------------------------------|----|--------------------------------------|
| 01 | PRÉPARATION | 11 | MARKETING |
| 02 | CHOISIR LE NOM DE TON BUSINESS | 12 | INSTAGRAM |
| 03 | DEFINIR TA NICHE | 13 | LISTE D'EMAILS |
| 04 | LES BASES DU BRANDING | 14 | VOTRE AIMANT À PROSPECTS |
| 05 | DOMAINE ET EMAIL | 15 | INSCRIPTION A LA LISTES DE DIFFUSION |
| 06 | TROUVER TON IDÉE DE PRODUIT | 16 | QUOI ECRIRE DANS LES MAILS |
| 07 | CHOISIR LE NOM DE TON PRODUIT | 17 | DÉMARRER SUR SYSTEM.IO |
| 08 | CRÉATION DE TON PRODUIT | 18 | LANCER VOTRE PRODUIT |
| 09 | CHOISIR LE BON PRIX | 19 | MINDSET POUR LE SUCCÈS |
| 10 | ÉTUDIER LA CONCURRENCE | | |

INTRODUCTION

Bienvenue dans cet ebook.

Ce guide a été conçu pour être clair, pratique et directement actionnable.

Tu y trouveras des étapes simples à suivre pour avancer concrètement dans ton projet : développer ton activité, affiner ta stratégie ou enrichir tes connaissances.

Ce contenu n'est pas pensé pour être lu une seule fois. Il a été conçu comme un outil évolutif, que tu peux adapter, personnaliser et réutiliser selon tes objectifs du moment.

Souviens-toi :

- Les résultats apparaissent avec la mise en pratique.
- Une idée n'a de valeur que lorsqu'elle est utilisée.
- Chaque petite action compte.
-

Fais de ce guide un véritable support de travail, un compagnon qui t'aide à avancer jour après jour, à ton rythme, avec clarté et sérénité.

01: PRÉPARATION

Avant de commencer, il est important que vous vous familiarisiez avec les outils que nous allons utiliser.

Vous pouvez même créer vos comptes dès maintenant si vous souhaitez prendre de l'avance.

Canva

C'est ici que vous allez créer votre produit numérique et lui donner vie.

Un compte gratuit suffit largement pour démarrer.

Vous pourrez choisir la version payante plus tard si vous souhaitez accéder à plus de modèles et de fonctionnalités.

Systeme.io — votre espace pour vendre et automatiser

Systeme.io sera l'outil central pour mettre en ligne votre produit et commencer à le vendre.

Il vous permettra de :

- créer votre page de vente,
- héberger vos produits numériques,
- gérer vos paiements,
- ajouter vos liens externes (affiliation, ressources, outils),
- automatiser vos e-mails grâce à son système intégré.

Vous pouvez créer votre compte via mon lien d'affiliation si vous souhaitez me soutenir en utilisant mon **lien ici**.

Si vous choisissez l'essai gratuit ou la version découverte, attendez que votre produit soit prêt pour en profiter pleinement.

✉ Email marketing intégré

Systeme.io intègre également un outil d'e-mailing simple et efficace.

Vous pourrez y gérer :

- vos newsletters,
- vos séquences automatisées,
- votre communication client,
- vos annonces importantes.

Tout est centralisé au même endroit, ce qui facilite énormément votre organisation.



02: CHOISIR UN NOM POUR VOTRE BUSINESS

C'est maintenant le moment de choisir le nom de votre business !

C'est une étape fun, créative, et souvent sous-estimée... alors profitez-en.

Avant de valider votre nom définitif, voici quelques points importants à garder en tête :

1. Choisissez un nom qui dit quelque chose de VOUS

Votre business doit être reconnaissable et compréhensible.

Un bon nom donne une idée claire de ce que vous faites ou de l'énergie que vous apportez.

Des mots-clés peuvent aider à exprimer :

- votre niche,
- votre mission,
- votre style,
- votre valeur ajoutée.

2. Si vous hésitez... votre nom est une excellente option

Créer une marque personnelle est simple, solide et intemporel.

Et c'est parfaitement adapté si vous travaillez en :

- entrepreneuriat digital,
- accompagnement,
- création de contenu,
- services en ligne,
- formation.

Votre nom devient votre identité principale — et vous pourrez décliner toutes vos offres autour de celui-ci.

3. Évitez les noms trop génériques

Par exemple, si votre thématique tourne autour des revenus en ligne, évitez les “makemoneywith___” et autres variantes surutilisées.

Vous voulez :

- ✓ vous démarquer
- ✓ être mémorable
- ✓ créer une identité unique dans votre niche

4. Gardez-le simple

Un bon nom est facile à :

- comprendre
- écrire
- prononcer
- retenir

Simplicité = impact + professionnalisme.

5. Ne vous mettez pas la pression

Votre nom n'est pas définitif.

Vous avez le droit de le modifier plus tard, de le faire évoluer, ou même de le réinventer complètement.

L'essentiel est d'avancer : choisissez un nom... et GO !

03: DÉFINIR LA NICHE

Définir votre niche vous aide à être parfaitement clair sur qui vous souhaitez aider et quel problème votre produit résout.

Qu'est-ce qu'une niche ?

Beaucoup d'entrepreneurs se perdent parce qu'ils confondent niche et client idéal.

Votre **niche**, c'est le **problème précis que vous résolvez**.

Votre **client idéal**, c'est la **personne qui rencontre ce problème**.

Les deux sont liés, mais ce n'est pas la même chose.

Les trois grandes niches intemporelles

Dans le monde du business, il existe trois catégories qui fonctionnent toujours, parce qu'elles répondent à des besoins humains universels :

- **La santé**
- **L'argent / la richesse**
- **Les relations**

Si votre niche se trouve dans l'une de ces trois familles, vous aurez naturellement plus de facilité à attirer des clients.

Mais si ce n'est pas le cas, ce n'est pas un problème : vous pouvez réussir tout autant, simplement avec un angle différent.

Quel problème pouvez-vous résoudre ?

Ne visez pas la perfection. Votre objectif n'est pas de tout changer d'un coup, mais d'aider une personne à avancer **du point A au point B**.

Vous n'avez pas besoin de promettre une transformation spectaculaire.

Un simple premier résultat concret suffit.

Exemple :

Au lieu de promettre une perte de 20 kg, vous pouvez simplement aider à démarrer le processus en accompagnant vers une première perte de 2 ou 3 kg.

Ce principe fonctionne dans toutes les niches : business, organisation, relations, animaux, parentalité, mindset...

Votre rôle est de donner un premier mouvement, une première victoire.

C'est parti !

Prenez quelques minutes pour lister tous les problèmes que vous êtes capable de résoudre.

Ne vous limitez pas, notez absolument tout : les petits problèmes, les grands problèmes, les situations récurrentes, les besoins que l'on vous exprime souvent... Cette liste deviendra une véritable réserve d'idées de produits, de contenus et d'offres.

Recherche de mots-clés (SEO)

C'est maintenant le moment d'évaluer le potentiel réel de vos idées.

Les mots-clés vont vous aider à découvrir :

- combien de personnes cherchent une solution,
- quel problème revient le plus souvent,
- et lesquels de vos sujets ont un vrai potentiel de marché.

Pour cela, vous pouvez utiliser un outil de recherche de mots-clés (il en existe plusieurs gratuits ou avec essai gratuit). Choisissez France comme pays si vous visez un marché francophone.

Vous pouvez utiliser **Ubersuggest** et commencer à rechercher certains mots-clés de votre liste d'idées de produits !

Dans cet outil, recherchez les mots-clés liés aux idées que vous avez listées.

Pourquoi les mots-clés sont importants ?

Ils vous indiquent :

- combien de personnes rencontrent ce problème,
- combien recherchent ce sujet chaque mois,
- et donc si votre idée est vraiment demandée.

Un bon indicateur de niche rentable :

viser des mots-clés qui tournent autour de 20 000 recherches mensuelles (ou plus).

Ce n'est pas une règle absolue, mais un bon repère pour valider qu'il existe une demande active.

Sauvegardez vos résultats

Chaque fois que vous analysez un mot-clé :

- notez-le,
- enregistrez son volume de recherche,
- et classez-les du plus recherché au moins recherché.

Cela vous permettra de repérer immédiatement quelles idées valent le plus la peine d'être développées.

Ubersuggest

Want more traffic? Ubersuggest shows you how to win the game of SEO.
Just type in a domain or a keyword to get started.

Register for **FREE** and get:

- Access to our SEO tool
- SEO training & support
- Daily rank tracking
- Personalized SEO suggestions

Sign in

Enter a domain or a keyword

French / France

SEARCH

Pour que vous puissiez mieux comprendre le processus, voici un **exemple concret**.

Ma niche, à moi, est liée à la création de produits digitaux :

je crée des produits numériques et j'aide d'autres personnes à créer et vendre les leurs.

Lorsque j'ai analysé cette niche, j'ai commencé par rechercher des mots-clés liés à mon domaine.

Par exemple, j'ai tapé « **marketing digital** » dans mon outil de recherche de mots-clés.

Résultat : ce terme est recherché environ 27 100 fois par mois.

C'est un très bon indicateur.

Pourquoi ?

Parce que, comme je vous l'ai expliqué, viser un mot-clé autour de **20 000 recherches mensuelles** (ou plus) permet de valider qu'il existe bien une **demande réelle et active** autour du sujet.

En dessous, ce n'est pas impossible de réussir, mais cela signifie que la niche est plus étroite et qu'il faudra probablement une stratégie plus ciblée.

Keyword Overview : marketing digital

ADD TO LIST

GENERATE CONTENT WITH AI

SEARCH VOLUME

27,100 HIGH

SEO DIFFICULTY

51
Last Updated: This Week

PAID DIFFICULTY

34

COST PER CLICK (CPC)

€3,47

C'est pour cela que **comprendre le problème** que vous résolvez est tout aussi important que le produit que vous vendez.

Si ma recherche de mots-clés avait été peu concluante, j'aurais dû aller plus loin dans ma réflexion.

Parce que, même si je crée des produits digitaux qui apprennent aux gens à créer leurs propres produits digitaux...

- ce n'est pas *le problème*,
- c'est *la solution*.

Alors, quel est le véritable problème que je résous ?

J'aide les personnes à générer des revenus en ligne.

Et ça, c'est une niche immense, très active, et constamment en demande.



Lorsque vous réfléchissez au problème que vous pouvez résoudre dans votre niche, il existe un outil très pratique : les plateformes de recherche de questions posées par le public.

Elles vous permettent de découvrir **ce que les gens recherchent réellement**, les questions qu'ils se posent, et les formulations exactes utilisées.

Ces informations sont précieuses, non seulement pour votre recherche de mots-clés, mais aussi pour créer un contenu qui répond exactement aux besoins de votre audience.

Pour cela, vous pouvez :

- reprendre les mots-clés trouvés dans votre outil SEO,
- les rechercher dans une plateforme de questions du public,
- enregistrer les questions qui reviennent le plus souvent.

Vous allez probablement découvrir plusieurs problèmes à résoudre.

Mais pour le moment, restons concentrés sur un seul problème principal.

Pourquoi se concentrer sur un seul problème ?

Un produit digital n'a pas besoin de tout résoudre.

Au contraire :

- plus votre produit se concentre sur un problème spécifique,
- plus il sera clair, efficace et attractif.

Votre rôle est simplement d'aider votre client à passer du point A au point B.

C'est cette simplicité qui crée la transformation.

Ensuite, les retours de vos clients, leurs questions et leurs besoins vous donneront naturellement des idées pour vos prochains produits digitaux.

EXERCICE : Trouve un seul problème clair

Pour créer un produit digital efficace, vous devez identifier un seul problème précis que votre audience rencontre régulièrement.

Pas plusieurs. Pas une catégorie entière.

Un seul problème. Clair. Concret. Facile à comprendre.

Cet exercice va vous y aider.

Étape 1 — Liste spontanée

Notez 10 à 15 problèmes que vous pouvez résoudre dans votre domaine.

Exemples (à adapter à votre niche) :

- Je ne sais pas comment créer mon premier produit digital
- Je manque d'idées pour lancer mon business
- Je ne sais pas comment organiser mes contenus
- Je ne comprends pas comment attirer mes premiers clients
- Je ne sais pas comment structurer un ebook
- Etc.

Étape 2 — Trouve le problème qui revient le plus souvent

Demandez-vous :

- Quel problème revient le plus dans les questions qu'on me pose ?
- Quel problème les gens expriment le plus clairement ?
- Quel problème semble urgent pour eux ?
- Lequel me semble le plus simple à résoudre rapidement ?

Étape 3 — Reformule ton problème en une phrase ultra claire

Voici un modèle :

"J'aide mon client à passer de **[situation actuelle]** à **[résultat clair]** grâce à **[ce que je lui apporte]**".

Exemples :

- J'aide les débutants à créer leur premier produit digital, même sans compétences.
- J'aide les personnes perdues à trouver une idée de business simple et rentable.
- J'aide les entrepreneurs à structurer leur premier ebook étape par étape.

Étape 4 — Vérification rapide (checklist)

Votre problème est-il :

- ✓ simple à expliquer ?
- ✓ compréhensible en 5 secondes ?
- ✓ lié à un besoin réel ?
- ✓ réalisable dans un seul produit digital ?
- ✓ actionnable (étapes A → B) ?

Si oui :

➡ **Vous avez trouvé votre problème unique.**

C'est votre point de départ.

🏁 Résultat final

- ✓ Vous partez d'un seul problème.
- ✓ Vous construisez une seule solution.
- ✓ Vous créez un produit digital qui répond précisément à ce problème.

C'est la clé des produits qui se vendent.

04: LES BASES DU BRANDING

Trouver le bon branding, c'est comme créer la première impression visuelle de votre entreprise. Avant même qu'un mot ne soit lu, vos couleurs parlent pour vous : elles transmettent une énergie, un style, une intention.

Les couleurs jouent un rôle essentiel :

- elles racontent l'essence de votre marque,
- elles créent une ambiance,
- elles influencent la façon dont votre audience vous perçoit.

Pour mon branding, j'ai choisi des couleurs sobres et élégantes — crème, gris et blanc — afin d'installer une atmosphère apaisante, épurée et résolument professionnelle.

Votre palette, elle, doit refléter :

- ce que vous voulez que les gens ressentent en vous découvrant,
- l'univers que vous souhaitez créer,
- la personnalité de votre entreprise,
- et les valeurs que vous incarnez.

Avant de choisir vos couleurs, demandez-vous :

- Comment est-ce que je veux être perçu(e) ?
- Quelle émotion je veux déclencher chez mon audience ?
- Quelles marques mon public admire-t-il et quel est leur style visuel ?

Un branding réussi n'est pas seulement esthétique : il attire naturellement les bonnes personnes, celles qui se reconnaissent dans votre énergie et votre message.



Observer ce que font les concurrents qui réussissent — ceux qui résolvent le même problème que vous — est une excellente source d'inspiration pour votre branding.

Il ne s'agit pas de copier, mais de comprendre ce qui fonctionne chez eux :

- leur style visuel,
- leur façon de structurer leurs couleurs,
- l'ambiance émotionnelle qu'ils créent,
- la clarté de leur identité.

- Copier ne fonctionne jamais longtemps.

- S'inspirer intelligemment, oui.

L'objectif est de repérer les principes efficaces, puis de les adapter à votre univers, à votre personnalité et à votre message.

L'importance de la théorie des couleurs

Les couleurs ne sont pas seulement décoratives :

Elles provoquent des émotions, influencent la perception, et donnent instantanément à votre marque une **identité reconnaissable**.

Quelques exemples :

- Le bleu → confiance, clarté, professionnalisme
- Le vert → calme, croissance, équilibre
- Le beige/crème → douceur, minimalisme, authenticité
- Le noir → prestige, force, structure

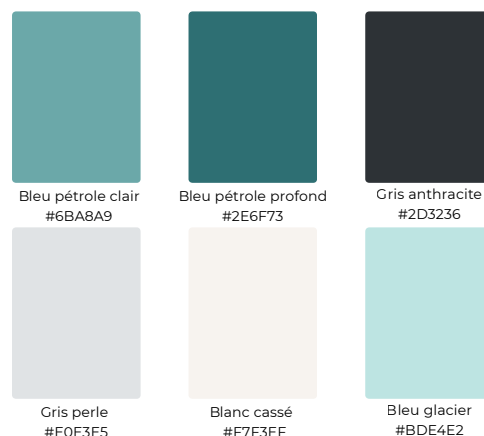
Choisir les bonnes couleurs permet d'envoyer le bon message, sans même avoir besoin de mots. Inspire-toi grâce aux "Brand Boards" sur Canva

Canva propose des tableaux d'identité visuelle déjà structurés :

- palettes de couleurs,
- typographies,
- idées de mises en page,
- combinaisons harmonieuses.

Ces "Brand Boards" peuvent vous donner une direction, un style ou une ambiance à personnaliser pour votre propre marque.

QUELQUES IDÉES





05: DOMAINE ET EMAIL

Cette étape n'est pas obligatoire, sauf si vous souhaitez utiliser une adresse email professionnelle. Si ce n'est pas votre priorité immédiate, vous pouvez utiliser les emails envoyés directement depuis votre plateforme (ex : Systeme.io), qui afficheront simplement le nom de votre entreprise.

Cependant, posséder un nom de domaine présente un avantage essentiel : il vous permet de créer une adresse email professionnelle, indispensable pour votre image, vos tunnels de vente et votre communication future.

Même si vous ne créez pas votre site web tout de suite, acheter un nom de domaine vous permet déjà :

- d'activer votre email pro,
- de préparer votre liste email,
- d'être prête le jour du lancement de votre produit digital.

Si vous êtes comme moi, et que votre domaine est enregistré chez OVH, il vous suffit ensuite de configurer votre adresse email directement dans leur interface.

Comment choisir votre nom de domaine ?

Je vous recommande :

- de rester au plus proche du nom de votre entreprise,
- ou d'utiliser votre nom complet pour renforcer votre crédibilité personnelle.

✉ Exemple d'adresses professionnelles :

- contact@clarisse-ferrere.com

Choisissez la version qui vous semble la plus simple et la plus cohérente avec votre image.

🔧 Tutoriels recommandés

Pour vous aider à configurer votre domaine et **votre email pro sur OVH**, recherchez :

- "Enregistrer et configurer un nom de domaine sur OVH"
- "Créer une adresse email professionnelle avec OVH"

Ce sont des tutoriels très simples, étape par étape.



06. TROUVER VOTRE IDÉE DE PRODUIT

Maintenant que vous avez identifié votre niche — c'est-à-dire le problème précis que vous allez résoudre — il est temps de décider comment vous souhaitez apporter cette solution. Il existe de nombreux formats possibles :

- Un ebook de conseils
- Un guide pratique
- Un journal ou workbook
- Une mini-formation
- Une série de vidéos courtes
- Des modèles prêts à l'emploi
- Des outils, fiches ou checklists

Pour un premier produit digital, je vous conseille de choisir un format simple et rapide à créer, avec une forte valeur perçue.

Les guides et ebooks sont souvent les plus efficaces pour débiter : faciles à produire, faciles à vendre, et parfaits pour aider une personne à passer du point A au point B.

[Voici une vidéo qui vous aidera à libérer votre créativité !](#)

(sélectionnez les sous titres en français)

Libérez votre créativité

Gardez en tête une chose essentielle :

les gens paieront pour n'importe quel format... tant qu'il résout réellement leur problème.
L'important n'est pas la forme du produit, mais la transformation qu'il apporte.

Si vous avez déjà une activité, pensez également à vos outils existants :

- modèles d'emails,
- documents de coaching,
- fiches pratiques,
- plans d'action,
- ressources que vous utilisez déjà pour vos clients...

Beaucoup de ces éléments peuvent être transformés en produits digitaux simples, rapides et très rentables.

Voici mon Planificateur pour la Création de Produit Numérique que vous pouvez utiliser !

Notez les différents sujets que vous souhaitez aborder et ajoutez des notes pour chaque sujet ! (à l'origine, c'était un planificateur pour la création de cours, mais vous pouvez l'adapter pour votre produit digital !)

Voici un conseil pour vous organiser :

préparez une page ou un tableau où vous notez :

- les thèmes que vous souhaitez aborder,
- les idées de contenus pour chaque thème,
- les étapes que vous voulez transmettre,
- et les résultats que votre lecteur obtiendra.

Vous pouvez utiliser un planificateur classique, un tableau Canva, un carnet ou un document numérique.

L'objectif est que vous puissiez structurer votre produit de manière claire, simple et efficace.

07 CHOISIR LE NOM DE VOTRE PRODUIT

Le nom de votre produit est un élément absolument essentiel.

Il peut réellement **booster vos ventes... ou les freiner**, même si tout le reste est parfait.

Quand il s'agit de nommer un produit digital, souvenez-vous d'un principe fondamental :

la clarté vaut mieux que la créativité.

Il est toujours plus efficace de communiquer clairement **le résultat** que votre produit apporte, plutôt que d'opter pour un nom "mignon", poétique ou trop subtil.

Les mots qui fonctionnent très bien:

Intégrer certains mots-clés dans votre titre peut considérablement augmenter vos conversions. Par exemple :

- **Comment...**
- **Guide**
- **Éprouvé**
- **Ultime**
- **101**
- **... en X jours**
- (Ex : "Perdre 5 kg en 10 jours" → indique un résultat + un délai)

Ces mots attirent l'attention car ils promettent :

- ✓ un résultat clair
- ✓ un objectif concret
- ✓ une méthode à suivre pas à pas

✗ Exemple de nom qui se vend mal

« Mes recettes préférées »

→ Trop vague, aucun résultat promis, aucun bénéfice clair.

✓ Exemple de nom qui se vend très bien

« 7 recettes faciles que vos enfants difficiles vont adorer (succès garanti) »

→ Ciblé, clair, orienté résultat, bénéfice évident.

Le nom = votre premier HAMEÇON

Le titre de votre produit doit immédiatement :

- attirer l'attention,
- expliquer ce que la personne va obtenir,
- donner envie d'aller voir la page du produit.

Si votre nom n'est pas clair, il y a de fortes chances que vos clients potentiels ne cliquent même pas sur votre page de vente.



08. CRÉATION DU PRODUIT

L'un des outils les plus utilisés — et aussi l'un des plus simples pour créer un produit numérique — est **Canva**.

Canva propose de nombreux modèles d'ebooks et de guides, gratuits et professionnels, qui vous aideront à donner vie à votre idée et à créer un produit attractif et agréable à lire.

Sur Canva, vous pouvez utiliser la barre de recherche et taper vos mots-clés en anglais pour obtenir beaucoup plus de résultats (ebook template, guide template, workbook template...).

✓ **Version gratuite suffisante**

La version gratuite de Canva est largement suffisante pour créer un ebook complet.

✓ **Version pro pour plus tard**

La version Pro offre beaucoup plus de choix :

- typographies premium
- modèles avancés
- éléments graphiques professionnels
- outils supplémentaires

C'est une option à garder en tête si vous souhaitez aller plus loin.

Modèle d'ebook

L'ebook que vous êtes en train de lire est d'ailleurs construit à partir d'un modèle Canva entièrement personnalisable.

Et si aucun modèle gratuit ne correspond à votre style, vous pouvez aussi en acheter un sur Etsy.

Il suffit de chercher :

“ebook template Canva”

Et vous trouverez des centaines de modèles adaptés à votre univers.

Utiliser Google Drive pour stocker votre produit

Si ce n'est pas déjà fait, je vous conseille de créer un Google Drive (gratuit).

Si vous avez un compte Gmail, vous y avez déjà accès.

C'est l'endroit idéal pour :

- stocker vos ebooks
- organiser vos fichiers
- créer un lien de téléchargement à partager avec vos clients

Assurez-vous simplement de modifier le réglage du lien en :

“Toute personne disposant du lien peut consulter”

Cela évite que vos clients aient à demander une autorisation pour accéder à leur produit.

Bonus : un avantage énorme pour vos clients !

Un des grands avantages d'utiliser Google Drive est que :

à chaque mise à jour de votre produit, vos clients y auront automatiquement accès.

Cela signifie :

- ✓ pas besoin de renvoyer un fichier
- ✓ pas de version obsolète
- ✓ une valeur perçue plus élevée
- ✓ un excellent argument de vente

9. DÉFINIR LE PRIX DE VOTRE PRODUIT

Avez-vous déjà remarqué que la majorité des produits numériques se terminent par un 7 ?

27 €, 37 €, 47 €, 67 €, 97 €...

Ce n'est pas un hasard : c'est un principe de psychologie des prix.

Statistiquement, les prix se terminant par **7** convertissent mieux. Personne ne sait vraiment pourquoi — mais les chiffres, eux, parlent d'eux-mêmes.

Une chose à considérer est que vous voulez que **la VALEUR du produit soit supérieure au prix**. Par exemple, ce guide que vous lisez actuellement vaut bien 97 euros (au moins !), mais je l'ai vendu à 47 euros. La valeur dépasse LARGEMENT le prix ! Je voulais aussi m'assurer que "la maman solo", l'étudiant universitaire, et le jeune couple marié puissent se le permettre sans se ruiner ou stresser même s'ils ne faisaient RIEN avec. (Nous savons tous comment cela se passe... J'ai des tonnes de choses que j'ai achetées et jamais utilisées !)

Il y a aussi quelque chose à dire sur le fait de promettre MOINS et de donner PLUS. Je pense que c'est quelque peu un art perdu de nos jours. Cela construit la confiance avec votre public et produira des clients fidèles qui achèteront tous les produits numériques que vous lancez.

J'aime garder mes produits à un prix inférieur à 100 euros. Je pense que c'est une bonne règle générale, surtout quand vous débutez. Il est beaucoup plus facile pour quelqu'un de franchir le pas pour quelque chose à moins de 100 euros que pour quelque chose à plus de 100 euros.

Lorsque vous fixez le prix de votre produit, vous voulez également prendre en compte VOS objectifs dans l'équation.

Quel est votre premier objectif de revenu pour votre premier mois ? 2 000 euros ? Combien d'ebooks aurez-vous besoin de vendre pour atteindre votre objectif ?

74 ebooks à 27 euros chacun (environ 3 ventes/jour)

54 ebooks à 37 euros chacun (environ 2 ventes/jour)

42 ebooks à 47 euros chacun (environ 1,4 vente/jour)

35 ebooks à 57 euros chacun (environ 1,1 vente/jour)

29 ebooks à 67 euros chacun (1 vente par jour)

Quand vous voyez le détail comme ça, je jure que cela fait quelque chose à votre cerveau et immédiatement, vous vous dites : "wow, c'est faisable !" (et si vous ressentez l'opposé, s'il vous plaît ne cessez pas de lire ce guide jusqu'à ce que vous arriviez à la fin où on parle du mindset !)

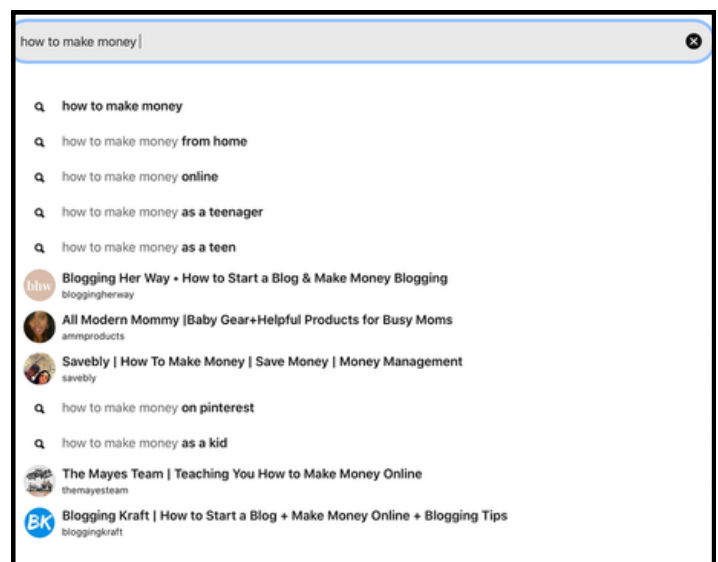
10. ÉTUDIER LA CONCURRENCE

Cette partie est vraiment importante, alors ne la sautez pas. ;)

Vous devez suffisamment connaître ce que fait votre concurrence pour identifier les lacunes que vous pouvez combler sur le marché, mais pas au point de commencer à ressembler exactement à eux et à rendre votre contenu identique au leur. (Déjà fait, ne le faites pas !)
Vous voulez aussi voir à combien votre concurrence vend ses produits afin de pouvoir vous aligner si vous avez un produit similaire.

Le premier endroit où je veux que vous meniez votre recherche est sur tous les réseaux sociaux que vous utilisez ! Pinterest est un excellent choix même si vous ne l'utilisez pas. Pensez-y comme à un moteur de recherche sur les réseaux sociaux qui vous connectera à des choses et à des personnes sur DE NOMBREUSES plateformes.

Lorsque vous recherchez certains de vos mots-clés, faites attention à ce qui s'affiche automatiquement. Vous verrez aussi apparaître de nouveaux concurrents ! Cliquez et examinez-les. **Je me dirige toujours directement vers le lien dans la bio.**



SI VOUS AVEZ PAS ENCORE FAIT ÇA..

Il est temps de commencer à assembler votre premier produit digital !

Tout d'abord, je vous conseille de noter librement toutes les idées et tous les sujets que vous souhaitez explorer, puis de les organiser en catégories (ou en jours, ou en étapes). Après avoir structuré chaque idée dans une catégorie spécifique, vous pourrez commencer à assembler le tout.

Je ne sais pas pour vous, mais personnellement, j'ai besoin d'un guide ou d'un plan pour m'orienter lors de la création. Peut-être que vous vous en sortez mieux en improvisant, mais par expérience, cette approche m'a souvent laissé avec de nombreux projets inachevés, simplement parce qu'ils finissaient par sembler trop désordonnés et accablants.

Donc, commencez par structurer !

Puis, passez à la création.

N'oubliez pas d'utiliser mon Planificateur de Création de Produit Numérique pour vous aider !

Et mon conseil le plus important ici est de **terminer votre projet**. Un travail achevé est mieux qu'un travail parfait, et vous aurez toujours la possibilité de revenir dessus pour le peaufiner et le modifier plus tard. Vos clients auront accès au lien Google Drive lorsqu'ils feront l'achat et pourront ainsi bénéficier de toutes les mises à jour ultérieures.

11. MARKETING : PROMOUVOIR TES PRODUITS

La manière dont j'ai appris à commercialiser mes produits numériques vient d'un programme que j'ai acheté **350 €**.

Ce programme m'a énormément aidée, et je le revends au même tarif, avec les droits de revente inclus.

Vous pouvez donc, vous aussi, le proposer comme votre produit haut de gamme, si vous choisissez de l'utiliser dans votre stratégie.

(Cliquez ici pour en savoir plus.)

Maintenant, concentrons-nous sur l'essentiel : **faire connaître votre produit**.

Pour commencer, je vous recommande de vous focaliser principalement sur **Instagram**.

Si vous êtes déjà à l'aise avec d'autres plateformes comme TikTok ou Pinterest, vous pouvez bien sûr réutiliser le même contenu pour amener du trafic vers votre Instagram.

Instagram est une plateforme unique :

elle permet non seulement de construire une audience, mais surtout de créer une **vraie relation** avec elle.

L'algorithme encourage les échanges, le lien humain et l'engagement naturel.

C'est pour cette raison que c'est la plateforme où je concentre le plus mes efforts, et celle que je recommande pour débiter efficacement.



12. INSTAGRAM

Lorsque vous promouvez vos produits sur Instagram, gardez à l'esprit qu'Insta est d'abord une plateforme de RELATION avant d'être une plateforme de conversion. Cela signifie que votre audience veut avant tout mieux vous connaître. Donc, tissez votre personnalité à travers votre contenu !

Je vous suggère de privilégier les REELS (ça fait longtemps que je n'ai pas posté de photo!) et de garder votre profil axé sur votre niche. *En d'autres termes, évitez de publier des vidéos de vous et vos amis en concert sans qu'il y ait un lien avec votre offre et sans contexte explicatif.*

Il est préférable de réserver votre vie personnelle à vos STORIES !

Considérez vos reels Instagram comme des occasions de captiver, et vos stories Instagram comme des moments pour partager le quotidien. Cela contribuera également à établir un lien de connaissance, d'appréciation, et de confiance avec votre public.

Visez à poster 6-8 stories par jour, en mettant l'accent sur la qualité. N'oubliez pas de mentionner votre offre au moins une fois par jour ! (oui UNE FOIS PAR JOUR, bien entendu de manière différente).

Il est judicieux de mêler contenu professionnel et personnel dans vos reels et vos stories en racontant des anecdotes. En partageant pourquoi vous avez commencé à créer vos propres produits numériques, vous pouvez créer une connexion plus profonde avec votre public que si vous vous contentiez de lister les caractéristiques de votre produit ou les bénéfices qu'il peut apporter.



4 COMPTES À SUIVRE SUR INSTA



@EVELONGFIELD

sons tendance et hooks
(vous pouvez sans souci
utiliser ces mêmes sons)



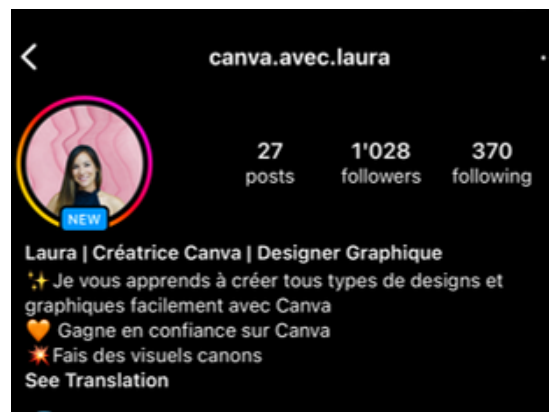
@MISSCAROLINEFLETT

conseils instagram (en
anglais)



@HERCONTENTCOACH

AI et CHAT GPT (en anglais)



@CANVA.AVEC.LAURA

Astuces CANVA en français



SYSTÈME D'AUTOMATISATION POUR INSTAGRAM

ManyChat est le MEILLEUR SECRET qui n'en est pas vraiment un.

Presque toutes les gros comptes que vous voyez publiant un appel à l'action demandant à leur audience de commenter avec un mot-clé pour obtenir certaines informations utilisent ManyChat !

Par exemple, vous pouvez demander de commenter avec un mot-clé et un chatbot leur envoie automatiquement plus d'informations. Ceci en automatique, même **pendant que vous dormez ! C'est pourquoi cela est si utile et si important.**

Vous pouvez utiliser la version de base gratuite, mais je vous préviens, il y a BEAUCOUP plus de fonctionnalités et de flexibilité avec la version payante.

Voici un excellent tutoriel sur comment utiliser ManyChat !

ET MAINTENANT ?

Maintenant, commencez à documenter votre parcours de création de votre produit. Commencez à parler DIRECTEMENT à la personne qui a le problème que votre produit résoudra !

Vous pouvez également commencer à collecter des emails via une boîte de questions dans vos stories Instagram ! De cette façon, vous aurez une liste de prospects qualifiés à qui lancer votre produit lors de son lancement.

13.VOTRE LISTE D'E-MAILS

Le courrier électronique est-il dépassé ?

Absolument pas ! En fait, le marketing par e-mail a toujours été la méthode la plus éprouvée et la plus efficace pour convertir les ventes à long terme par rapport à toute autre méthode. Pensez-y. Si quelqu'un vous trouve sur Instagram, clique sur votre lien pour acheter, mais n'achète pas... et ensuite ? Ils disparaissent à jamais.

C'est là qu'intervient...

Votre système de marketing par e-mail !

Considérez votre compte Instagram, le lien dans votre bio, etc., comme le marketing de première ligne et votre campagne par e-mail comme le marketing de deuxième ligne. Vous voulez couvrir les deux aspects !

Pour simplifier les choses, j'utilise également StanStore pour mes campagnes par e-mail ! Vous pouvez obtenir un essai gratuit de 14 jours ici !

StanStore est simple, facile à naviguer, convivial et personnalisable. C'est l'un de mes outils préférés à utiliser !





14.VOTRE AIMANT À PROSPECTS

Qu'est-ce qu'un aimant à prospects ?

Un aimant à prospects est quelque chose de incroyablement simple, et pourtant, tant de personnes semblent le compliquer inutilement.

Avez-vous déjà vu quelqu'un offrir un **guide gratuit** ou une ressource contenant des informations liées à leur niche ? Eh bien, c'est leur aimant à prospects.

C'est ainsi qu'ils construisent leur liste d'emails avec des personnes intéressées par le sujet pour lequel ils proposent une solution. Et avec l'aimant à prospects, ils peuvent leur offrir une valeur ajoutée gratuitement en échange de leur adresse email.

Vous NE voulez PAS que votre aimant à prospects soit quelque chose de médiocre (cela ne construira pas la confiance). Vous voulez que ce soit quelque chose pour lequel ils paieraient réellement ! Quelque chose avec de véritables étapes ou conseils actionnables, ou des informations utiles.

Cela peut être n'importe quoi, d'un ebook à un guide ou un journal ou tout ce qui se trouve entre les deux. Même juste un document Google avec des conseils est acceptable ! Assurez-vous simplement que c'est quelque chose pour lequel VOUS donneriez votre adresse mail.

15 . INSCRIPTION À LA LISTE DE DIFFUSION

La **liste de diffusion** est le moyen par lequel tu vas capturer les adresses email en échange de ton cadeau (ton “aimant à prospects”).

Tu peux configurer la tienne très facilement avec **Systeme.io**.

♦ 1. Créer ton tag pour organiser ton audience

Dans Contacts > Tags, crée un nouveau tag, par exemple :

Cadeau gratuit – [nom du freebie]

Cela te permettra de savoir qui est venu pour quel cadeau et de segmenter ton audience.

♦ 2. Créer ton formulaire de capture

Dans **Tunnels de vente**, crée un tunnel de type “**Générer des prospects**” (ou modifie un tunnel existant).

Sur la page de capture :

- ajoute un formulaire avec au minimum :
 - prénom
 - email
- présente clairement ton cadeau gratuit (ce qu'ils reçoivent et pour qui c'est fait).

Tu peux ensuite choisir ce qui se passe après l'inscription :

- soit tu rediriges vers une page de remerciement,
- soit tu rediriges directement vers ton lien Google Drive où se trouve le cadeau gratuit.

Personnellement, je te recommande :

formulaire → page de remerciement → email avec le lien,
pour habituer ton audience à ouvrir tes emails.

♦ 3. Paramétrer l'automatisation et la livraison du cadeau

Dans les règles d'automatisation du tunnel, ajoute :

1. **Quand : formulaire soumis / contact inscrit**
 - Alors : **ajouter le tag Cadeau gratuit – [nom]**
2. **Quand : formulaire soumis / contact inscrit**
 - Alors : **abonner à une campagne email**

Crée ensuite une campagne email :

- dans le premier email, mets un message de bienvenue +
- 🖱 le lien **Google Drive** vers ton cadeau gratuit (en mode “toute personne avec le lien peut consulter”).

Ainsi :

- tu livres ton cadeau automatiquement,
- tu récupères l'email,
- tu peux ensuite continuer à nourrir la relation.

16. QUOI ÉCRIRE DANS LES MAILS

COPYRIGHTING

Votre campagne d'emailing est véritablement ce qui vous permettra d'automatiser vos ventes et de vous faire gagner de l'argent pendant que vous dormez.

Il vous faut maintenant rédiger quelques emails dans votre séquence pour convaincre les personnes ayant récupéré votre cadeau gratuit de se tourner vers votre produit !

Voici une série d'emails gratuits que vous pouvez récupérer et personnaliser pour votre offre payante !

ET P.S. ! N'oubliez pas de TOUT tester avant le lancement !

Entrez votre adresse email dans le formulaire d'opt-in pour le cadeau gratuit et assurez-vous de recevoir le premier email et que le cadeau vous est délivré sans accroc ! Testez le tout et apportez les modifications nécessaires

17. DÉMARRER SUR SYSTEM.IO

Votre compte **Systeme.io** va devenir votre **véritable BOUTIQUE digitale** :

- votre cadeau gratuit,
- vos mini-produits,
- vos ebooks,
- vos offres digitales...

Tout sera centralisé au même endroit !

Étape 1 : Créez votre compte Systeme.io

Si ce n'est pas déjà fait, créez votre compte via votre lien d'affiliation : [cliquez-ici](#).

Vous aurez accès à toutes les fonctionnalités nécessaires pour construire :

- votre tunnel,
- vos pages de vente,
- votre boutique,
- et votre liste email.

Étape 2 : Suivez le guide pas à pas

Utilisez [cette vidéo détaillée](#) pour :

- ✓ créer votre espace,
- ✓ personnaliser votre boutique,
- ✓ structurer vos premiers produits,
- ✓ mettre en place vos automatisations.

En suivant les étapes, vous pouvez avoir votre mini-boutique Systeme.io opérationnelle en moins de 20 minutes.

Étape 3 : Ajouter votre cadeau gratuit comme “produit”

Dans Systeme.io :

Rendez-vous dans **Tunnels de vente**

Choisissez un tunnel de type **génération de prospects**

Ajoutez une **page de capture + page de remerciement**

Dans la partie produit, ajoutez votre **cadeau gratuit** en utilisant :

- l'option **“Lien externe”**

Collez votre **lien Google Drive** (ou tout autre lien de livraison)

Votre cadeau devient alors un **produit gratuit** que les gens peuvent télécharger en échange de leur email.

Même si votre produit n'est pas encore totalement finalisé, vous pouvez déjà commencer à créer votre page de **vente sur Systeme.io**.

C'est même une excellente idée : vous allez gagner du temps, clarifier votre offre et visualiser la structure de votre futur produit.

Revenez à votre analyse des concurrents

C'est le moment parfait pour retourner voir :

- les pages de vente des produits similaires,
- les offres proches de votre thématique,
- les contenus qui se vendent bien.

Inspirez-vous :

- repérez ce qui fonctionne
- analysez les accroches
- notez les éléments qui attirent l'attention
- observez les arguments les plus efficaces

Puis... appliquez ces principes à votre propre page de vente.

Sur Systeme.io : gardez votre page de vente SIMPLE

Les pages de vente qui convertissent le mieux sont souvent :

- courtes,
- claires,
- directes,
- orientées résultats.

Pas besoin d'écrire un roman.

L'essentiel est de montrer :

1. le problème que vous résolvez
2. la transformation promise
3. ce que contient votre produit
4. pourquoi c'est simple et accessible

🔗 Astuce puissante : ajoutez une vidéo

Vous pouvez intégrer une courte vidéo sur votre page Systeme.io où vous :

- expliquez votre produit,
- racontez ce qu'il contient,
- montrez en quoi il est utile,
- créez un lien direct avec votre audience.

Une vidéo augmente :

- ✓ la confiance
- ✓ la conversion
- ✓ l'engagement

Et pas besoin qu'elle soit parfaite : l'authenticité vend mieux que la perfection.

18.LANCEZ VOTRE PRODUIT

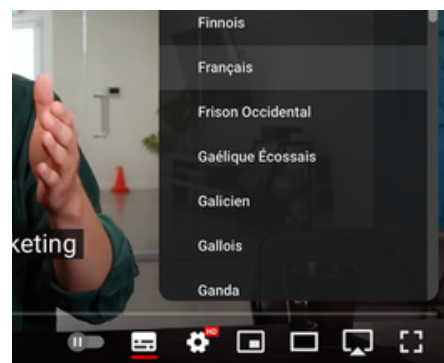
C'EST PARTI !

Je suis vraiment ravie à l'idée que vous vous apprêtez à LANCER votre premier produit digital.. VOUS AVEZ FAIT LE TRAVAIL DIFFICILE, maintenant il est temps d'exécuter les étapes ! Et bien sûr, continuez à créer du contenu pour attirer du trafic vers votre FREEBIE et votre offre. (Mon Guide Ultime sur les Reels vous aidera avec cela ! Je vous le dis, allez le chercher si vous ne l'avez pas déjà fait !)

Alors d'abord, assurez-vous d'avoir votre lien SYSTEM-IO dans votre bio sur Instagram ! Partagez dans vos stories et PARTAGEZ VOTRE EXCITATION ! L'énergie est tellement contagieuse ! Je jure que, durant mon premier mois de vente de mon produit digital, tant de personnes qui ont acheté chez moi m'ont dit que c'était mon ÉNERGIE et mon EXCITATION qui les avaient d'abord vendus ! **NE SOUS-ESTIMEZ PAS VOTRE ÉNERGIE !**

Aussi, il est normal d'être nerveux et incertain. Mais je recommande de revoir votre état d'esprit. (Nous parlerons de cela dans un instant !) C'est quelque chose d'EXCITANT que vous faites pour vous et votre famille. **Cela a le potentiel de CHANGER votre vie pour toujours et d'aider tant de personnes à résoudre un problème !**

Voici une vidéo incroyable sur le marketing_ auprès de vos abonnés. Activez les sous titres en français et regardez-la !



S NEEDED)

COMMENCEZ À PARTAGER VOTRE HISTOIRE !

C'est tellement vital ! Commencez dès maintenant à créer du contenu et à partager votre histoire ! Parlez de pourquoi vous avez créé votre produit, comment cette méthode de résolution du problème a fonctionné pour vous, donnez-leur la vision.

Il faut plus de 100 points de contact pour que quelqu'un commence à se familiariser avec vous, et environ 7-8 points de contact pour qu'une personne déjà familiarisée avec vous souhaite acheter votre produit. La bonne nouvelle, c'est que chaque story, commentaire, REELS, etc., avec lesquels ils interagissent compte comme un point de contact ! Donc, si vous publiez 2 REEL par jour, 6 stories par jour, et interagissez avec les commentaires, cela peut arriver rapidement. **Laissez l'effet cumulé jouer en votre faveur.**

Alors, gardez à l'esprit que même si vous ne vendez RIEN le premier jour, cela ne signifie rien. Au lieu de cela, suivez vos analyses ! Votre portée ou engagement sur Instagram augmente-t-il ? Suivez CES choses et je vous promets que vous resterez motivé.

Prenez également note de quel type de contenu fonctionne bien, et répétez cela de DIFFÉRENTES manières. (S'il vous plaît, ne copiez jamais, je vous en supplie)

Et n'oubliez pas de demander des témoignages à vos acheteurs ! Vous pouvez le faire en leur envoyant un email et en demandant, ou si vous connaissez des personnes spécifiques qui ont utilisé votre produit et qui ont partagé sur leurs résultats, utilisez ces captures d'écran comme témoignages !



19. MINDSET POUR LE SUCCES



L'importance de l'état d'esprit ?

Il peut littéralement faire votre succès ou votre perte. Je crois fermement que ce que vous émettez est ce que vous recevez en retour. Et si vous avez un mauvais état d'esprit, vos actions seront en conséquence, et c'est ce que vous diffuserez dans le monde ! CHANGEZ-LE ! Je vous assure, le meilleur investissement que vous ferez jamais est dans votre ESPRIT.

Le secret pour changer votre mindset (activez les sous titres en français)

SE FIXER DES OBJECTIFS

Fixer des objectifs est VITAL. Je sais que vous avez probablement envie de sauter cette étape, mais **ne le faites pas**.

Pensez à votre objectif de revenu mensuel, et divisez par 30. Divisez par le prix de votre produit. C'est le nombre d'unités que vous devez vendre.

Agissez en conséquence. Devez-vous publier PLUS pour atteindre plus de gens ? Faites-le ! Devez-vous être plus présent dans vos stories ? Faites-le ! Devez-vous envoyer des emails incitatifs une fois par semaine ? Faites-le ! Quoi qu'il en coûte. Je dis toujours VISEZ HAUT avec vos objectifs plutôt que bas. Ne visez pas le réaliste. **Soyez FOLLEMENT IRRÉALISTE. C'est là que la magie opère.**

Regardez cette vidéo sur “ le secret” pour changer votre état d'esprit et votre vie.

A woman with short brown hair, wearing sunglasses, a navy blue blazer, a white button-down shirt, navy blue trousers, and black strappy high-heeled sandals, is walking towards the camera on a paved promenade. She is carrying a brown leather briefcase in her left hand. The background features a harbor with several boats, palm trees, and mountains under a blue sky with light clouds.

À TOI DE JOUER MAINTENANT
CLIQUE ICI SI TU VEUX ALLER
PLUS LOIN DANS CETTE
AVENTURE

MERCI POUR TA LECTURE

Ce livre fait partie de la collection **Elsa À Rayures.**

En l'achetant, tu n'as pas simplement investi dans un ebook : tu as choisi de rejoindre un mouvement qui aide chaque jour des créateurs, des entrepreneurs et des personnes passionnées à reprendre le contrôle de leur vision, de leur organisation et de leurs revenus.

Garde ce guide près de toi, utilise-le comme un outil, un compagnon de route.

Applique-le pas à pas, à ton rythme.

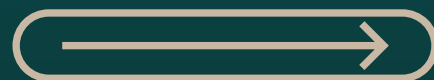
Et surtout, rappelle-toi :

chaque petite action que tu poses aujourd'hui construit la liberté que tu veux pour demain.

À toi de jouer maintenant.

Clarisse

Découvre l'univers qui a inspiré ce guide... et comment toi aussi, tu peux en faire partie dès maintenant.



CLARISSE FERRERE

Découvre mon univers

ICI →