

GUIDE MARKETING DIGITAL SANS MONTRER SON VISAGE

DÉCOUVREZ LES SECRETS POUR MONÉTISER INSTAGRAM SANS VOUS EXPOSER



BIENVENUE

DANS LE GUIDE ULTIME DU FACELESS

VOUS SOUHAITEZ VOUS LANCER DANS LE MARKETING DIGITAL MAIS VOUS NE SOUHAITEZ PAS VOUS MONTRER EN LIGNE ? C'EST UNE INQUIÉTUDE QUE BEAUCOUP DE GENS ONT. MAIS JE SUIS ICI POUR VOUS DIRE QU'IL N'EST PAS NÉCESSAIRE D'ÊTRE DEVANT LA CAMÉRA POUR RÉUSSIR DANS LE MONDE NUMÉRIQUE. QUE VOUS SOYEZ INTROVERTI. QUE VOUS ACCORDIEZ DE L'IMPORTANCE À VOTRE VIE PRIVÉE OU QUE VOUS PRÉFÉRIEZ TRAVAILLER DANS LES COULISSES. CE MANUEL EST VOTRE SOURCE ULTIME POUR PROSPÉRER EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE.

DANS CE GUIDE. VOUS TROUVEREZ TOUS LES CONSEILS. ASTUCES ET STRATÉGIES POUR GAGNER CONSTAMMENT DES ABONNÉS ET GÉNÉRER DES VENTES EN TANT QUE NOUVEAU SPÉCIALISTE DU MARKETING SANS VISAGE !

AVANT DE PLONGER DANS CE GUIDE. JE SOUHAITE PARTAGER LA PREMIÈRE CHOSE QUI M'A AIDÉ À RESTER MOTIVÉ ET À CONTINUER D'AVANCER TOUT AU LONG DE MON PARCOURS !

MON ÉTAT D'ESPRIT. J'ÉCOUTE QUOTIDIENNEMENT DES PODCASTS SUR L'ÉTAT D'ESPRIT ET LES MANIFESTATIONS POUR RESTER POSITIF. RESTER CONCENTRÉ SUR MON OBJECTIF FINAL (PAS SUR MA RÉALITÉ ACTUELLE) ET GARDER LE CONTRÔLE DE MES PENSÉES.

TOUT D'ABORD. JE VEUX QUE VOUS RÉFLÉCHISSIEZ À VOTRE POURQUOI. ENSUITE. JE VEUX QUE VOUS DÉFINISSIEZ CERTAINS OBJECTIFS QUE VOUS SOUHAITEZ ATTEINDRE AVEC VOTRE ENTREPRISE DE MARKETING NUMÉRIQUE.

C'EST TRÈS IMPORTANT PARCE QUE VOUS ATTIREZ CE EN QUOI VOUS CROYEZ ET LES PENSÉES CRÉENT FINALEMENT VOTRE RÉALITÉ. COMME L'A DIT UN JOUR GANDHI : « VOS CROYANCES DEVIENNENT VOS PENSÉES. VOS PENSÉES DEVIENNENT VOS MOTS. VOS PAROLES DEVIENNENT VOS ACTIONS. VOS ACTIONS DEVIENNENT VOS HABITUDES. VOS HABITUDES DEVIENNENT VOS VALEURS ET VOS VALEURS DEVIENNENT VOTRE DESTIN ».

LORSQUE VOUS PARCOUREZ CE GUIDE ET METTEZ EN ŒUVRE CES STRATÉGIES. JE VEUX QUE VOUS SACHIEZ QUE LE PARCOURS DE CHACUN EST DIFFÉRENT. CE QUE JE SAIS AUSSI. C'EST QUE VOUS POUVEZ RÉALISER TOUT CE QUE VOUS VOULEZ DANS VOTRE VIE TANT QUE VOUS CROYEZ EN VOUS. CONTINUEZ ET N'ABANDONNEZ JAMAIS ! MÊME SI CELA PREND DES SEMAINES. DES MOIS. VOIRE DES ANNÉES. CONTINUEZ À PERSÉVÉRER CHAQUE JOUR ET CONTINUEZ À METTRE EN ŒUVRE CES STRATÉGIES. CAR LE SUCCÈS VIENDRA !

TOUT AU LONG DE CE GUIDE. VOUS TROUVEREZ DES CONSEILS PRÉCIEUX. DES INFORMATIONS PROFESSIONNELLES ET DES STRATÉGIES CONCRÈTES QUI PEUVENT VOUS AIDER À RÉUSSIR EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS COMPROMETTRE VOTRE VIE PRIVÉE. LES OPTIONS SONT INFINIES ALORS QUE VOTRE VOYAGE VERS UN REVENU ILLIMITÉ COMMENCE ICI.

MAINTENANT QUE VOUS ÊTES PRÊT À ENTRER DANS LE MONDE NUMÉRIQUE SANS RÉVÉLER VOTRE VISAGE. COMMENÇONS ET DÉCOUVRONS LES SECRETS POUR DEVENIR UN SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE ET UN PROPRIÉTAIRE D'ENTREPRISE SANS VISAGE À SUCCÈS.

COMME TOUJOURS. JE SUIS LÀ POUR VOUS SOUTENIR ET VOUS GUIDER TOUT AU LONG DE VOTRE PARCOURS ! VOUS POUVEZ LE FAIRE !

CONTENU

CHAPITRE
01
LES BASES

CHAPITRE
02
IDENTIFIEZ VOTRE NICHE

CHAPITRE
03
ÉTABLISSEZ VOTRE MARQUE

CONTENU

CHAPITRE
04
OPTIMISEZ VOTRE COMPTE

CHAPITRE
05
STRATÉGIE DE CONTENU

CHAPITRE
06
REELS. REELS. REELS

CONTENU

CHAPITRE
07

VENDRE DANS LES STORIES

CHAPITRE
08

CONTENU QUI CONVERTIT

CHAPITRE
09

CULTIVER UNE COMMUNAUTÉ IG +
STRATÉGIES DE CROISSANCE

CONTENU

CHAPITRE

10

OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT

CHAPITRE

11

ANALYSES ET INFORMATIONS

CHAPITRE

12

MONÉTISER VOTRE TRAVAIL

CONTENU

CHAPITRE
13
PUBLICITÉ PAR E-MAIL

CHAPITRE
14
TOILE + OUTILS

CHAPITRE
15
CHATGPT

CHAPITRE
16
ENCOURAGEMENT



Chapitre 1

LES BASES

COMPRENDRE LE MARKETING NUMÉRIQUE



LE TERME « MARKETING NUMÉRIQUE » FAIT RÉFÉRENCE À UN LARGE ÉVENTAIL DE STRATÉGIES ET DE TECHNIQUES UTILISÉES POUR PROMOUVOIR DES PRODUITS. DES SERVICES OU DES INFORMATIONS SUR LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES. LES SITES WEB. LES MOTEURS DE RECHERCHE. LES PLATEFORMES DE MÉDIAS SOCIAUX. LE COURRIER ÉLECTRONIQUE. ETC. FONT PARTIE DE CES VOIES. QU'IL S'AGISSE D'UN ACHAT. D'UNE INSCRIPTION OU D'UNE INTERACTION AVEC UN CONTENU. L'OBJECTIF EST D'ÉTABLIR UNE CONNEXION AVEC UN PUBLIC CIBLE. DE L'ENGAGER ET D'ENCOURAGER DES ACTIONS PARTICULIÈRES TELLES QUE RÉALISER UN ACHAT OU S'INSCRIRE À UNE NEWSLETTER.

VOTRE OBJECTIF EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE RESTE LE MÊME : ÉTABLIR DES LIENS SIGNIFICATIFS AVEC VOTRE PUBLIC. VENDRE DES PRODUITS NUMÉRIQUES. AIDER LES PERSONNES DE VOTRE NICHE À RÉSOUDRE DES PROBLÈMES. DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE ET ATTEINDRE LA LIBERTÉ TEMPORELLE ET FINANCIÈRE ! LA SEULE DIFFÉRENCE EST QUE VOUS NE RÉVÉLEREZ PAS VOTRE VISAGE DEVANT LA CAMÉRA !

DÉFINIR LE MARKETING NUMÉRIQUE ANONYME

DANS LE CONTEXTE DU MARKETING NUMÉRIQUE, LE TERME « SANS VISAGE » FAIT GÉNÉRALEMENT RÉFÉRENCE À UNE STRATÉGIE OU UNE CAMPAGNE MARKETING QUI ÉVITE DÉLIBÉRÉMENT DE METTRE UN VISAGE HUMAIN OU UNE IDENTITÉ PERSONNELLE AU PREMIER PLAN.

CELA SE VOIT DANS DIVERS ASPECTS DU MARKETING NUMÉRIQUE, NOTAMMENT L'IMAGE DE MARQUE, LA CRÉATION DE CONTENU ET LES MÉDIAS SOCIAUX !

VOICI QUELQUES FAÇONS DONT « SANS VISAGE » PEUT ÊTRE INTERPRÉTÉ DANS LE MARKETING NUMÉRIQUE :

- BRANDING ANONYME : LE MARKETING SANS VISAGE POURRAIT ÊTRE INTERPRÉTÉ COMME UNE APPROCHE DANS LAQUELLE LA MARQUE RESTE ANONYME OU EST REPRÉSENTÉE SANS MONTRER LES VISAGES QUI SE CACHENT DERRIÈRE ELLE. CELA PEUT CRÉER UN SENTIMENT D'INTRIGUE ET ATTIRER L'ATTENTION SUR LA MARQUE ELLE-MÊME.
- STRATÉGIE CENTRÉE SUR LE CONTENU : UNE AUTRE INTERPRÉTATION EST UNE STRATÉGIE CENTRÉE SUR LE CONTENU, METTANT L'ACCENT SUR LA VALEUR ET LE MESSAGE DÉLIVRÉS PLUTÔT QUE SUR LES APPARENCES PERSONNELLES. IL PERMET AUX CRÉATEURS DE SE CONCENTRER SUR LA CRÉATION DE CONTENU ENGAGEANT ET PRÉCIEUX SANS AVOIR BESOIN D'UNE PRÉSENCE DEVANT LA CAMÉRA.

AVANTAGES DU MARKETING NUMÉRIQUE ANONYME

L'ADOPTION D'UNE APPROCHE SANS VISAGE. QUI CONSISTE GÉNÉRALEMENT À MENER DES ACTIVITÉS OU DES AFFAIRES SANS RÉVÉLER L'IDENTITÉ DES PERSONNES IMPLIQUÉES. PEUT PRÉSENTER DIVERS AVANTAGES DANS DIFFÉRENTS CONTEXTES.

VOICI QUELQUES AVANTAGES POTENTIELS :

- CHARME EN COULISSES : CONNECTEZ-VOUS AVEC VOTRE PUBLIC. PRÉSENTEZ VOTRE EXPERTISE ET PARTAGEZ DU CONTENU PRÉCIEUX SANS AVOIR BESOIN D'APPARITIONS DEVANT LA CAMÉRA. C'EST PARFAIT POUR CEUX QUI SONT INTROVERTIS. TIMIDES ET QUI S'ÉPANOUISSENT DANS UN CADRE PLUS PRIVÉ.
- CONFIDENTIALITÉ ET SÉCURITÉ : LE MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE VOUS PERMET DE MAINTENIR UN NIVEAU DE CONFIDENTIALITÉ ET DE CONTRÔLE SUR VOTRE VIE PERSONNELLE. RÉDUISANT AINSI LE RISQUE D'ATTENTION INDÉSIRABLE OU DE PROBLÈMES DE SÉCURITÉ POTENTIELS.
- CONCENTREZ-VOUS SUR LE CONTENU : SANS AVOIR BESOIN D'APPARAÎTRE DEVANT LA CAMÉRA. VOUS POUVEZ CANALISER VOTRE ÉNERGIE POUR CRÉER DU CONTENU DE HAUTE QUALITÉ. DÉVELOPPER VOTRE VOIX UNIQUE ET FOURNIR DES INFORMATIONS PRÉCIEUSES À VOTRE PUBLIC.

AVANTAGES DU MARKETING NUMÉRIQUE ANONYME

- MOINS DE TEMPS : LE MARKETING SANS VISAGE PEUT PRENDRE MOINS DE TEMPS. CAR VOUS POUVEZ VOUS CONCENTRER SUR LA CRÉATION DE CONTENU SANS AVOIR BESOIN DE CONFIGURATIONS. DE TOURNAGE OU DE MONTAGE ÉLABORÉS.

- PRESSION DE PERFORMANCE RÉDUITE : POUR CEUX QUI NE SONT PAS À L'AISE DEVANT LA CAMÉRA. LE MARKETING SANS VISAGE SUPPRIME LA PRESSION DE PERFORMANCE. VOUS PERMETTANT DE VOUS EXPRIMER D'UNE MANIÈRE AUTHENTIQUE ET CONFORTABLE.

- FLEXIBILITÉ ET ADAPTABILITÉ : SANS LES CONTRAINTES DES APPARENCES PERSONNELLES. VOUS DISPOSEZ DE PLUS DE FLEXIBILITÉ POUR EXPÉRIMENTER DIFFÉRENTS FORMATS DE CONTENU. STYLES ET STRATÉGIES AFIN DE TROUVER CE QUI RÉSONNE LE MIEUX AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC.

- FACILITÉ D'ÉVOLUTIVITÉ : LE MARKETING SANS VISAGE PEUT ÊTRE PLUS FACILE À FAIRE ÉVOLUER À MESURE QUE VOUS DÉVELOPPEZ VOTRE ENTREPRISE. IL VOUS PERMET DE DÉLÉGUER DES TÂCHES SANS ÊTRE LE VISAGE DE TOUS LES ASPECTS. CE QUI SIMPLIFIE L'EXPANSION ET LE MAINTIEN DE LA COHÉRENCE.

- PERMET LE CHANGEMENT DE MARQUE : SI VOUS DÉCIDEZ DE CHANGER DE MARQUE OU DE CHANGER D'ORIENTATION. LE MARKETING SANS VISAGE OFFRE LA FLEXIBILITÉ NÉCESSAIRE POUR APPORTER DES MODIFICATIONS SANS REFONTE SIGNIFICATIVE. GARANTISSANT UNE TRANSITION PLUS FLUIDE POUR VOTRE PUBLIC.

Chapitre 2

IDENTIFIEZ VOTRE NICHE



SPÉCIALISATION DE NICHE

LA SPÉCIALISATION DANS UNE CERTAINE NICHE EST L'UNE DES CLÉS DU SUCCÈS EN MARKETING NUMÉRIQUE. LA SÉLECTION D'UNE NICHE VOUS PERMET D'ADAPTER VOTRE CONTENU ET D'ÉTABLIR UNE RELATION AVEC UN PUBLIC PARTAGEANT LES MÊMES INTÉRÊTS. AVOIR UNE NICHE FAIT DE VOUS UNE RESSOURCE INESTIMABLE AU SEIN DE CETTE COMMUNAUTÉ. VOTRE NICHE DOIT ÊTRE SPÉCIFIQUE !

PAR EXEMPLE. MA NICHE EST LA RICHESSE : J'AIDE LES GENS À GAGNER DE L'ARGENT EN LIGNE. EN PARTICULIER CEUX QUI SONT INTROVERTIS ET QUI NE SONT PAS À L'AISE DEVANT LA CAMÉRA. JE VEUX QUE LES GENS SACHENT QUE TOUT LE MONDE PEUT RÉUSSIR. IL N'EST PAS NÉCESSAIRE D'ÊTRE EXTRAVERTI POUR RÉUSSIR DANS LE MONDE NUMÉRIQUE !



COMMENT CHOISIR VOTRE NICHE

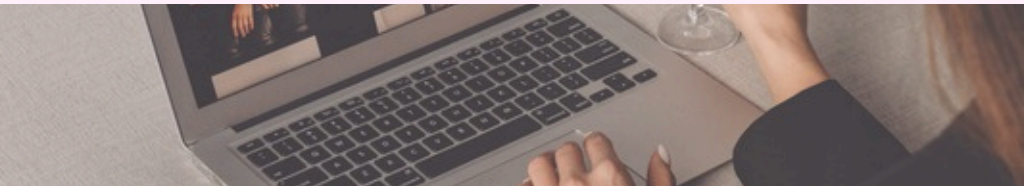
VOICI UN GUIDE ÉTAPE PAR ÉTAPE POUR VOUS AIDER À SÉLECTIONNER LE CRÉNEAU PARFAIT :

ÉTAPE 1 : IDENTIFIEZ VOS INTÉRÊTS ET VOTRE PASSION
COMMENCEZ PAR ÉNUMÉRER VOS PASSE-TEMPS, INTÉRÊTS ET PASSIONS. SÉLECTIONNEZ UNE NICHE QUI VOUS PASSIONNE VRAIMENT ET QUI CORRESPOND À VOTRE EXPERTISE. VOTRE ENTHOUSIASME TRANSPARAÎTRA DANS VOTRE CONTENU ET VOTRE ENGAGEMENT.

ÉTAPE 2 : ÉVALUER LA DEMANDE DU MARCHÉ
EXPLOREZ INSTAGRAM POUR DÉCOUVRIR DES NICHES POPULAIRES AVEC DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉES. RECHERCHEZ LES DOMAINES OÙ IL EXISTE UNE DEMANDE DE CONTENU ET UN PUBLIC IMPORTANT.

RECHERCHEZ DES MOTS-CLÉS, DES HASHTAGS ET DES TENDANCES LIÉS À VOTRE NICHE. LES GENS RECHERCHENT-ILS ET INTERAGISSENT-ILS ACTIVEMENT AVEC DU CONTENU DANS CE DOMAINE ?

GARDEZ À L'ESPRIT QUE VOUS N'ÊTES PAS OBLIGÉ DE CHOISIR LA NICHE LA PLUS POPULAIRE : PARFOIS, UN PUBLIC PLUS RESTREINT ET PASSIONNÉ PEUT ÊTRE TOUT AUSSI PRÉCIEUX. VOUS VOULEZ ÉGALEMENT VOUS ASSURER QUE CELA CORRESPOND À VOS INTÉRÊTS.



COMMENT CHOISIR VOTRE NICHE

ÉTAPE 3 : TENEZ COMPTE DE VOTRE EXPERTISE
ÉVALUEZ VOS CONNAISSANCES ET VOS COMPÉTENCES. SI VOUS AVEZ UNE EXPERTISE DANS UN CERTAIN DOMAINE. CELA PEUT VOUS DISTINGUER ET VOUS AIDER À CRÉER UN CONTENU PRÉCIEUX ET FAISANT AUTORITÉ.

ÉTAPE 4 : ANALYSE DU PUBLIC CIBLE
DÉFINISSEZ VOTRE PUBLIC CIBLE. TENEZ COMPTE DE LEURS DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES. DE LEURS INTÉRÊTS. DE LEURS PRÉFÉRENCES ET DE LEURS PROBLÈMES. VOTRE NICHE DOIT S'ADRESSER À UN GROUPE SPÉCIFIQUE DE PERSONNES QUI TROUVERONT VOTRE CONTENU PRÉCIEUX.

ÉTAPE 5 : DIFFÉRENCIATION
DÉTERMINEZ CE QUI RENDRA VOTRE PAGE UNIQUE. COMMENT ALLEZ-VOUS VOUS DÉMARQUER DES COMPTES EXISTANTS DANS VOTRE NICHE ? TROUVER UN ANGLE OU UNE PERSPECTIVE UNIQUE PEUT VOUS AIDER À ATTIRER DES ABONNÉS.

ÉTAPE 6 : PASSION ET COHÉRENCE
ASSUREZ-VOUS QUE VOUS SEREZ PASSIONNÉ PAR LA NICHE QUE VOUS AVEZ CHOISIE À LONG TERME. LA COHÉRENCE EST LA CLÉ SUR INSTAGRAM. ET MAINTENIR L'ENTHOUSIASME POUR VOTRE NICHE VOUS AIDERA À RESTER ENGAGÉ.



COMMENT CHOISIR VOTRE NICHE

ÉTAPE 8 : ÉVOLUTIVITÉ ET MONÉTISATION
DÉTERMINEZ SI LA NICHE QUE VOUS AVEZ CHOISIE OFFRE DES OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE ET DE MONÉTISATION POTENTIELLE. Y AURA-T-IL DES MARQUES INTÉRESSÉES PAR DES COLLABORATIONS OU DES PRODUITS/SERVICES QUE VOUS POURRIEZ PROPOSER ?

EXEMPLES DE NICHES :

- [ ] SANTÉ
- [ ] RICHESSE
- [ ] VOYAGE
- [ ] BEAUTÉ ET SOINS DE LA PEAU
- [ ] AFFAIRES ET ENTREPRENEURIAT
- [ ] PARENTALITÉ ET FAMILLE
- [ ] MODE
- [ ] CUISINE
- [ ] SOINS ET FORMATION DES ANIMAUX
- [ ] MANIFESTATION

COMMENT CHOISIR VOTRE NICHE

N'OUBLIEZ PAS QUE TROUVER VOTRE NICHE EST UN PROCESSUS QUI PEUT ÉVOLUER AVEC LE TEMPS. IL EST IMPORTANT DE TROUVER UN ÉQUILIBRE ENTRE CE QUI VOUS PASSIONNE ET CE QUI PEUT RÉPONDRE AUX BESOINS DU MARCHÉ ET APPORTER DE LA VALEUR. SOYEZ OUVERT À L'APPRENTISSAGE ET À L'ADAPTATION PENDANT QUE VOUS EXPLOREZ ET DÉVELOPPEZ VOTRE CRÉNEAU. UTILISEZ LES FEUILLES DE TRAVAIL FOURNIES POUR VOUS AIDER À TROUVER VOTRE NICHE.



TROUVER VOTRE FEUILLE DE TRAVAIL DE NICHE

RÉFLÉCHISSEZ À VOS INTÉRÊTS, VOS COMPÉTENCES ET VOTRE EXPERTISE.
ÉCRIVEZ VOTRE RÉPONSE ICI...

RECHERCHEZ DES SUJETS POPULAIRES DANS CES DOMAINES ET IDENTIFIEZ LES LACUNES OU LES NICHES MAL DESSERVIES.
ÉCRIVEZ VOTRE RÉPONSE ICI...

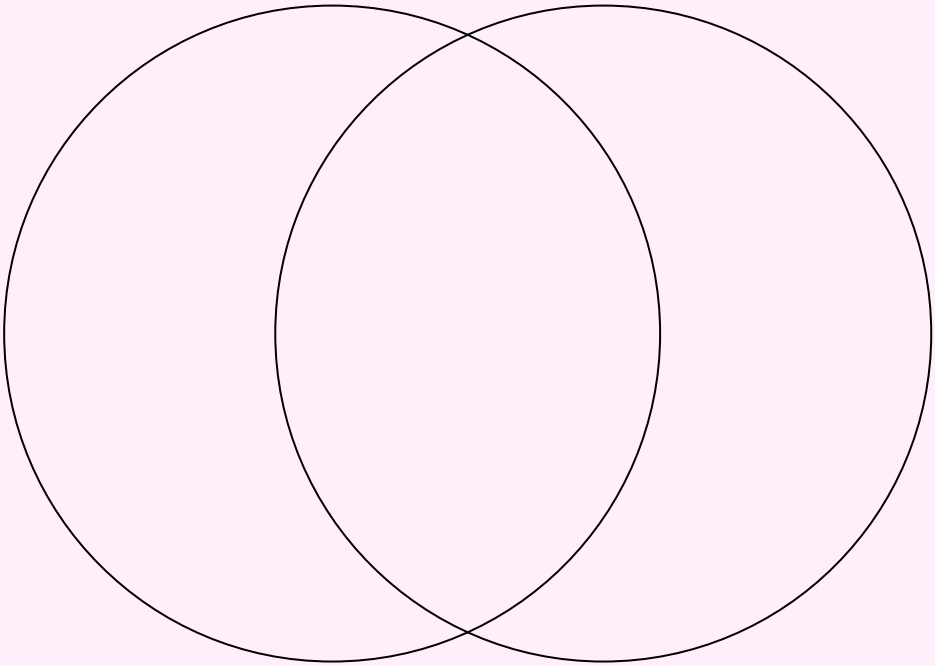
DÉFINISSEZ VOTRE PUBLIC CIBLE EN TENANT COMPTE DES DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES, DES INTÉRÊTS ET DES BESOINS.	
HOMMES OU DES FEMMES ?	
QUEL ÂGE ONT-ILS ?	
CÉLIBATAIRE ? MARIÉ ? ENFANTS ?	
QUE FONT-ILS COMME TRAVAIL ?	
OÙ VIVENT-ILS ?	
QUELS SOUCIS ONT-ILS ?	
DE QUOI SONT-ILS FRUSTRÉS ?	
QUELLES SONT LEURS VALEURS ?	
POURQUOI VOUDRONT-ILS VISITER LE SITE ?	

TROUVER VOTRE NICHE

CRÉEZ UN DIAGRAMME OU UNE LISTE POUR TROUVER L'INTERSECTION ENTRE VOS PASSIONS ET LES INTÉRÊTS DE VOTRE PUBLIC.

TES PASSIONS

INTÉRÊTS DU PUBLIC



REMARQUES:

VOS IDÉES DE NICHE

VOS IDÉES DE NICHE VONT ICI...

- [ ]
- [ ]
- [ ]
- [ ]
- [ ]
- [ ]
- [ ]
- [ ]
- [ ]
- [ ]

REMARQUES:



Chapitre 3

ÉTABLIR VOTRE MARQUE

CONSTRUIRE VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE

VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE EST VOTRE PERSONNALITÉ NUMÉRIQUE ET ELLE JOUE UN RÔLE CRUCIAL DANS L'ÉTABLISSEMENT DE LA CONFIANCE ET DE LA RECONNAISSANCE AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC. MÊME SI VOUS CHOISISSEZ DE NE PAS RÉVÉLER VOTRE VISAGE. L'IDENTITÉ DE VOTRE MARQUE SERVIRA D'IDENTITÉ EN LIGNE.

COMMENT CONSTRUIRE UNE IDENTITÉ DE MARQUE FORTE :

1. CHOISISSEZ UN NOM D'UTILISATEUR/NOM MÉMORABLE : SÉLECTIONNEZ-EN UN QUI REFLÈTE VOTRE NICHE. QUI EST PROFESSIONNEL ET FACILE À RETENIR.

2. CRÉEZ UN LOGO : UN LOGO BIEN CONÇU ET PROFESSIONNEL PEUT DEVENIR UN SYMBOLE RECONNAISSABLE DE VOTRE MARQUE.

3. DÉFINISSEZ VOTRE VOIX : DÉVELOPPEZ UNE VOIX DE MARQUE UNIQUE QUI REFLÈTE VOTRE PERSONNALITÉ ET RÉSONNE AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC. QU'IL S'AGISSE D'HUMOUR. D'ÉDUCATION. DE MOTIVATION OU DE CONVERSATION. LA COHÉRENCE DU TON EST LA CLÉ.

4. COULEURS ET VISUELS COHÉRENTS : UTILISEZ UNE PALETTE DE COULEURS. DES POLICES ET DES IMAGES COHÉRENTES SUR VOS PLATEFORMES SOCIALES. VOUS VOULEZ QUE VOTRE MARQUE SOIT RECONNAISSABLE.

CONSTRUIRE VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE

TOUT SUR VOTRE COMPTE DOIT ÊTRE COHÉRENT POUR REFLÉTER VOTRE IMAGE DE MARQUE. CELA CONTRIBUE ÉGALEMENT AU FACTEUR DE CONFIANCE ET AIDERA LES GENS À SE FAMILIARISER PLUS RAPIDEMENT AVEC VOUS. PAR EXEMPLE, J'AIME CONSERVER TOUT MON CONTENU AVEC UNE PALETTE DE COULEURS NEUTRES DANS TOUT CE QUE JE PUBLIE SUR MON FLUX. IL EST IMPORTANT DE RESTER COHÉRENT AVEC VOTRE IMAGE DE MARQUE, CAR CELA CONTRIBUERA À SÉPARER VOTRE COMPTE ET À LE RENDRE PLUS MÉMORABLE.

VOUS POUVEZ ÉGALEMENT CHOISIR QUELQUES EMOJIS QUI REFLÈTENT VOTRE PERSONNALITÉ ET VOTRE MARQUE ET VOUS EN TENIR À CEUX DE VOS LÉGENDES OU DE VOTRE BIO ! LES ÉMOJIS PEUVENT SEMBLER DÉSORDONNÉS LORSQU'ILS SONT SURUTILISÉS. MAIS ILS PEUVENT AIDER À PARLER DE VOTRE MARQUE LORSQU'ILS SONT UTILISÉS CORRECTEMENT !

UNE FOIS CES ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX EN PLACE, VOUS ÊTES PRÊT À VOUS LANCER DANS VOTRE AVENTURE DE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE !





Chapitre 4

OPTIMISEZ VOTRE COMPTE

NOUVEAU OU ANCIEN COMPTE ?

"DOIS-JE UTILISER MON COMPTE ACTUEL OU DOIS-JE CRÉER UN NOUVEAU COMPTE ? C'EST UNE QUESTION COURANTE LORS DU LANCEMENT DE QUELQUE CHOSE DE NOUVEAU.

J'AI CRÉÉ UN NOUVEAU COMPTE. CAR VOTRE COMPTE BUSINESS DOIT ÊTRE PROFESSIONNEL SI VOUS SOUHAITEZ ENTRAÎNER EFFICACEMENT L'ALGORITHME IG ET DIFFUSER VOTRE CONTENU AUPRÈS DU BON PUBLIC. VOUS NE DEVEZ PAS PUBLIER OU INTERAGIR AVEC. PAR EXEMPLE. DU CONTENU CULINAIRE ET GAGNER DE L'ARGENT EN LIGNE. CELA PERTURBERA L'ALGORITHME ET. PAR CONSÉQUENT. VOUS NE SEREZ PAS TROUVÉ PAR LES PERSONNES QUI RECHERCHENT CE QUE VOUS AVEZ À OFFRIR.

GARDEZ À L'ESPRIT LORSQUE VOUS CHOISISSEZ UNE STRATÉGIE QU'IL FAUT DU TEMPS POUR DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE DANS TOUS LES CAS. CE N'EST PAS PARCE QUE VOUS COMMENCEZ AVEC UN GROUPE DE PERSONNES QUI VOUS CONNAISSENT. VOUS AIMENT ET VOUS FONT CONFIANCE QUE LE SUCCÈS EST AU COIN DE LA RUE. VOUS DEVREZ QUAND MÊME Y TRAVAILLER QUOTIDIENNEMENT ET ÊTRE COHÉRENT DANS VOS EFFORTS.

EN OUTRE. VOUS POUVEZ CRÉER UN NOUVEAU COMPTE ET NE PAS CONNECTER VOTRE NUMÉRO OU VOTRE ADRESSE E-MAIL (DE CETTE FAÇON. VOUS NE SEREZ PAS SUGGÉRÉ COMME AMI PAR DES PERSONNES QUE VOUS CONNAISSEZ OU VOUS POUVEZ LE CONNECTER AFIN QUE VOS CONTACTS PUISSENT VOUS TROUVER COMME VOUS LE SOUHAITEZ.

NOUVEAU OU ANCIEN COMPTE ?

ANCIEN COMPTE

AVANTAGES:

- VOUS AVEZ DÉJÀ DES ABONNÉS QUI VOUS CONNAISSENT. VOUS AIMENT ET VOUS FONT CONFIANCE. IL SE PEUT QUE DES GENS INTERVIENNENT ET ACHÈTENT VOTRE PRODUIT IMMÉDIATEMENT (ET CELA POURRAIT VOUS SURPRENDRE !).
- AUTHENTICITÉ ET TOUCHE PERSONNELLE.
- PLUS FACILE DE GÉRER UN SEUL COMPTE.

LES INCONVÉNIENTS:

- PEUT NE PAS CORRESPONDRE À LA MARQUE DE VOTRE ENTREPRISE.
- PROBLÈMES POTENTIELS DE CONFIDENTIALITÉ.
- EN FONCTION DE CE DONT VOUS FAISIEZ LA PROMOTION AUPARAVANT. CELA PEUT NE PAS AVOIR DE SENS POUR VOS ABONNÉS ET PEUT ÉGALEMENT CONFONDRE L'ALGORITHME QUANT À QUI ILS DOIVENT MONTRER VOTRE CONTENU.

NOUVEAU COMPTE

AVANTAGES:

- AXÉ SUR LA MARQUE DÈS LE DÉPART.
- IL EST PLUS FACILE DE CIBLER UN PUBLIC SPÉCIFIQUE ET D'INDIQUER À L'ALGORITHME À QUI MONTRER VOTRE CONTENU.
- IL Y A MOINS DE CHANCE QUE DE NOMBREUSES PERSONNES NE VOUS SUIVENT PLUS. CAR VOUS PUBLIEREZ EXACTEMENT CE QU'ILS VOUS ONT SUIVI POUR VOIR !

LES INCONVÉNIENTS:

- IL FAUT DU TEMPS POUR CRÉER UNE AUDIENCE ET ÉTABLIR LA CONFIANCE AVEC VOS ABONNÉS.
- IL SE PEUT QUE LA RÉUSSITE NE SOIT PAS AUSSI RAPIDE (GARDEZ À L'ESPRIT QUE VOUS ÊTES LÀ POUR LE LONG TERME !).
- NÉCESSITE DES EFFORTS SUPPLÉMENTAIRES POUR GRANDIR.

OPTIMISEZ VOTRE COMPTE

QUE VOUS CHOISISSIEZ DE CONVERTIR VOTRE COMPTE ACTUEL OU DE CRÉER UN TOUT NOUVEAU COMPTE. VOUS DEVEZ L'OPTIMISER POUR VOUS ASSURER QUE LES GENS SAVENT CE QUE VOUS REPRÉSENTEZ ET CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE POUR EUX.

CHOISISSEZ UN NOM D'UTILISATEUR ET UNE PHOTO DE PROFIL

ASSUREZ-VOUS DE CHOISIR UN NOM D'UTILISATEUR QUI REFLÈTE LE NOM DE VOTRE MARQUE OU DE VOTRE ENTREPRISE ET QUI EST FACILE À RETENIR.

UTILISEZ UNE PHOTO DE PROFIL RECONNAISSABLE. COMME VOTRE BEAU VISAGE. OU SI VOUS AVEZ UN COMPTE SANS VISAGE COMME MOI. VOTRE LOGO !

CANVA EST LE MEILLEUR OUTIL POUR LES DÉBUTANTS. ILS PROPOSENT DE NOMBREUX MODÈLES DE LOGO PARMI LESQUELS VOUS POUVEZ CHOISIR OU VOUS POUVEZ CRÉER LE VÔTRE.

VOTRE BIO

VOTRE BIOGRAPHIE DOIT CLAIREMENT COMMUNIQUER CE QUE VOUS FAITES. QUI VOUS AIDEZ ET COMMENT VOUS LES AIDEZ.

OPTIMISEZ VOTRE COMPTE

IMMÉDIATEMENT APRÈS AVOIR CONSULTÉ VOTRE BIOGRAPHIE. VOTRE PUBLIC DOIT SAVOIR CE QUE VOUS POUVEZ LUI OFFRIR. QU'IL S'AGISSE D'UNE OPPORTUNITÉ DE CRÉER UNE ENTREPRISE. DE STRATÉGIES/CONSEILS DE CROISSANCE SUR INSTAGRAM. DE GUIDES UTILES POUR LES MAMANS OCCUPÉES. D'UN PODCAST. D'UNE CHAÎNE YOUTUBE. ETC. - QUEL QUE SOIT VOTRE PRODUIT. VOTRE PUBLIC DOIT SAVOIR COMMENT IL PEUT L'AIDER DÈS LE PREMIER COUP D'ŒIL. VOTRE BIOGRAPHIE.

VOTRE BIOGRAPHIE DOIT ÉGALEMENT INCLURE UN APPEL À L'ACTION ET UN LIEN VERS VOTRE SITE WEB AVEC TOUTES VOS OFFRES.

VOS POINTS FORTS

LES FAITS SAILLANTS DE L'HISTOIRE VOUS AIDENT À ORGANISER ET À CLASSER VOS HISTOIRES PASSÉES EN THÈMES OU SUJETS SPÉCIFIQUES. CELA PERMET À VOTRE PUBLIC DE TROUVER ET D'ACCÉDER PLUS FACILEMENT AU CONTENU QUI L'INTÉRESSE.

- GARDEZ-LES À JOUR.
- N'EN UTILISEZ PAS TROP.
- FOURNIR DE LA VALEUR. DE LA VALEUR. DE LA VALEUR.
- GARDEZ-LES PERTINENTS PAR RAPPORT AUX BESOINS DE VOTRE PUBLIC CIBLE.



Chapitre 5

STRATÉGIE DE CONTENU

STRATÉGIE DE CONTENU

UNE STRATÉGIE DE CONTENU EST UN PLAN BIEN DÉFINI QUI DÉCRIT COMMENT VOUS ALLEZ CRÉER, ORGANISER ET PARTAGER DU CONTENU SUR LA PLATEFORME POUR ATTEINDRE DES OBJECTIFS SPÉCIFIQUES.

CELA ENGLOBE LES TYPES DE CONTENU QUE VOUS PRODUIREZ, LES THÈMES SUR LESQUELS VOUS VOUS CONCENTREREZ, LA FRÉQUENCE DE PUBLICATION ET LA MANIÈRE DONT VOUS INTERAGIREZ AVEC VOTRE PUBLIC.

UNE STRATÉGIE DE CONTENU EFFICACE VOUS AIDE À GUIDER VOS ACTIONS, À MAINTENIR LA COHÉRENCE ET À ALIGNER VOS EFFORTS SUR VOS OBJECTIFS PLUS LARGES.

IL EST IMPÉRATIF DE CRÉER DU CONTENU DE VALEUR POUR VOTRE ENTREPRISE DE MARKETING NUMÉRIQUE ! C'EST LE CONTENU QUI ÉDUQUE, DIVERTIT OU PROPOSE UNE SOLUTION À UN PROBLÈME POUR VOTRE PUBLIC CIBLE.



STRATÉGIE DE CONTENU

EXAMINONS UN PEU PLUS EN DÉTAIL COMMENT CRÉER UNE STRATÉGIE DE CONTENU EFFICACE.

1. DÉFINISSEZ VOS OBJECTIFS : DÉCRIVEZ CLAIREMENT VOS OBJECTIFS DE CROISSANCE SUR INSTAGRAM. QU'IL S'AGISSE D'ACCROÎTRE LA NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE. DE GÉNÉRER DU TRAFIC SUR UN SITE WEB OU D'AUGMENTER LES VENTES. VOS OBJECTIFS FAÇONNERONT VOTRE STRATÉGIE DE CONTENU.

2. INFORMATIONS SUR LE PUBLIC : COMPRENEZ PARFAITEMENT LES PRÉFÉRENCES. LES PROBLÈMES ET LES ASPIRATIONS DE VOTRE PUBLIC CIBLE. PAR EXEMPLE. LES GENS VEULENT-ILS GAGNER PLUS D'ARGENT. ONT-ILS DES DIFFICULTÉS DANS LEUR RELATION OU LES NOUVEAUX PARENTS ONT-ILS BESOIN DE CONSEILS PARENTAUX ? VOTRE CONTENU ET VOS PRODUITS NUMÉRIQUES DOIVENT OFFRIR DES SOLUTIONS. DES CONSEILS OU DES INFORMATIONS LIÉS À VOTRE NICHE. VOUS VOULEZ ÊTRE LA RESSOURCE INCONTOURNABLE POUR OBTENIR DES INFORMATIONS PRÉCIEUSES !

3. IDENTIFIEZ LES PILIERS DE CONTENU : ÉTABLISSEZ DES PILIERS DE CONTENU CLÉS QUI REFLÈTENT LES VALEURS FONDAMENTALES. L'EXPERTISE ET LES OFFRES DE VOTRE MARQUE. CES PILIERS SERVIRONT DE BASE À VOTRE STRATÉGIE DE CONTENU.



TYPES DE CONTENU

EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE. VOUS DISPOSEZ D'UNE VARIÉTÉ DE FORMATS DE CONTENU QUE VOUS POUVEZ UTILISER. N'HÉSITEZ PAS À UTILISER UNE VARIÉTÉ DE TYPES DE CONTENU DIFFÉRENTS ! VOICI QUELQUES EXEMPLES:

1. CONTENU ÉCRIT : DES PUBLICATIONS ET DES LIVRES ÉLECTRONIQUES DE HAUTE QUALITÉ. PROFESSIONNELS ET INFORMATIFS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PEUVENT FAIRE DE VOUS UNE AUTORITÉ DANS VOTRE NICHE.

2. CONTENU VISUEL : LES INFOGRAPHIES. LES IMAGES ET LES DIAPORAMAS PEUVENT TRANSMETTRE DES INFORMATIONS DE MANIÈRE VISUELLEMENT ATTRAYANTE.

3. CONTENU VIDÉO : CRÉEZ DES VIDÉOS OU DES BOBINES À L'AIDE D'ANIMATIONS. D'ENREGISTREMENTS D'ÉCRAN OU D'AUTRES VISUELS POUR PARTAGER DES INFORMATIONS. J'AIME UTILISER DES VISUELS MINIMALISTES ET SIMPLES ! C'EST MA STRATÉGIE MARKETING PRÉFÉRÉE !

4. CONTENU AUDIO : LES VOIX OFF ET LES ENREGISTREMENTS AUDIO PEUVENT ÊTRE UN EXCELLENT MOYEN D'ATTEINDRE UN PUBLIC SOUS FORME DE REEL. SI VOUS ÊTES TROP TIMIDE POUR FAIRE DES VOIX OFF. VOUS POUVEZ AJOUTER DE LA MUSIQUE/AUDIO SUR VOS VIDÉOS POUR LES RENDRE PLUS ATTRAYANTES ! C'EST CE QUE JE FAIS !

FORMATS DE CONTENU

PUBLICATIONS : LES PUBLICATIONS INSTAGRAM SONT MIEUX UTILISÉES POUR PARTAGER DES PHOTOS. DES GRAPHIQUES OU QUELQUE CHOSE DE COURT ET AGRÉABLE COMME UNE CITATION DE MOTIVATION.

CAROUSELS : LES CARROUSELS SUR INSTAGRAM SONT UN FORMAT POLYVALENT ET ATTRAYANT QUI PEUT ÊTRE UTILISÉ À DIVERSES FINS.

1. TUTORIELS ÉTAPE PAR ÉTAPE : LES CARROUSELS SONT EXCELLENTS POUR PARTAGER DES TUTOS DÉTAILLÉS. ÉTAPE PAR ÉTAPE. VOUS POUVEZ DÉCOMPOSER UN PROCESSUS COMPLEXE EN PLUSIEURS DIAPOSITIVES.

2. CONTENU PÉDAGOGIQUE : LES CARROUSELS VOUS PERMETTENT DE FOURNIR DES INFORMATIONS DÉTAILLÉES SUR UN SUJET SPÉCIFIQUE. UTILISEZ CHAQUE DIAPOSITIVE POUR COUVRIR DIFFÉRENTS ASPECTS DU SUJET.

3. NARRATION : LES CARROUSELS SONT PARFAITS POUR RACONTER DES HISTOIRES. VOUS POUVEZ DÉROULER UN RÉCIT SUR PLUSIEURS DIAPOSITIVES.

4. ASTUCES : PARTAGEZ DES LISTES. DES ASTUCES OU DES CONSEILS DANS UN FORMAT CARROUSEL. CHAQUE DIAPOSITIVE PEUT COMPORTER UN POINT DIFFÉRENT. CE QUI REND LE CONTENU FACILEMENT NUMÉRISABLE ET PARTAGEABLE.

DANS LES PROCHAINS CHAPITRES. J'EXPLIQUERAIS LES REELS ET LES STORIES.

CARACTÉRISTIQUES INSTAGRAM AIDE-MÉMOIRE

1. LES REELS SONT POUR
   GÉNÉRER DU TRAFIC VERS VOTRE COMPTE ET ACCROÎTRE VOTRE NOTORIÉTÉ

2. LES STORIES SONT POUR
   VENDRE VOTRE OFFRE EST LE MEILLEUR ENDROIT POUR RÉELLEMENT VOUS CONNECTER AVEC VOTRE PUBLIC À UN NIVEAU PLUS PROFOND (ET VENDRE)

3. LES LIVES SONT POUR
   RENFORCER LA CRÉDIBILITÉ ET LA CONFIANCE ET ÉDUQUER À UN NIVEAU PLUS PROFOND

4. LES STORIES À LA UNE SONT POUR
   CRÉER UNE MINI PUBLICITÉ POUR VOTRE ENTREPRISE QUI MONTRE LES « POINTS FORTS » DES OFFRES ET DE VOTRE MARQUE

5. LES DM SONT POUR
   ÉTABLIR DES RELATIONS. CRÉER DES RÉSEAUX ET PARTAGER DES LIENS (PAS DE PITCH À FROID)

6. MESUREZ ET ANALYSEZ VOS RÉSULTATS
   CRÉER UNE CONVERSATION ET FOURNIR DES INFORMATIONS ET UNE ÉDUCATION DE GRANDE VALEUR ET PEUT ÉGALEMENT CONTRIBUER À AUGMENTER LES VENTES

CARACTÉRISTIQUES INSTAGRAM CADRE DE CONTENU

REELS

- AUGMENTER LA PORTÉE
- ASTUCES RAPIDES
- CONTENU PRATIQUE
- CONTENU AMUSANT

STORY

- AUGMENTER LA PORTÉE
- AIDE-MÉMOIRE
- INFOGRAPHIE
- LISTES DE CONTRÔLE

CARROUSELS

- contenu enregistrable
- contenu éducatif
- bon pour les fiançailles
- faire preuve d'expertise

MP

- vente
- Dans les coulisses
- Contenu des questions et réponses
- établir une connexion

LIVES

- établir la crédibilité
- organiser des séances de questions et réponses
- éducation plus approfondie
- se connecter avec le public

POINTS FORTS

- Présentez-vous
- offres phares
- témoignages/résultats
- augmenter la crédibilité



Chapitre 6

REELS

REELS

REELS

REELS

REELS : LES INSTAGRAM REELS SONT DEVENUS UN OUTIL PUISSANT PERMETTANT AUX CRÉATEURS DE CONTENU ET AUX ENTREPRISES D'ENGAGER LEUR PUBLIC À TRAVERS DES VIDÉOS COURTES ET CRÉATIVES. C'EST MON TYPE DE CONTENU PRÉFÉRÉ ABSOLU ET SUR LEQUEL JE ME CONCENTRE PRINCIPALEMENT.

VOICI COMMENT CRÉER DES REELS CAPTIVANTS ET DÉVELOPPER VOTRE AUDIENCE !

1. COMMENCEZ FORT : ACCROCHEZ LES TÉLÉSPECTATEURS DÈS LES PREMIÈRES SECONDES AVEC UNE INTRODUCTION ACCROCHEUSE. UTILISEZ DES ACCROCHES SOLIDES QUI INCITERONT LES TÉLÉSPECTATEURS À S'ARRÊTER ET À REGARDER !

DONNEZ ENVIE AUX GENS DE LIRE LA LÉGENDE ! NE METTEZ PAS TOUS LES CONSEILS DE LA LÉGENDE À L'ÉCRAN. SOIT VOUS Y TERMINEZ AU HASARD POUR QU'ILS FASSENT UNE RECHERCHE DANS LA LÉGENDE. SOIT VOUS AJOUTEZ À LA FIN « VOIR LA LÉGENDE ».

2. TENDANCES AUDIO : LES SONS TENDANCE SONT INDISPENSABLES POUR PUBLIER DES REELS ! VOUS POUVEZ TOUJOURS GAGNER DU TERRAIN SUR UN REEL SANS UN SON DE TENDANCE. MAIS CELA DEVIENT DE PLUS EN PLUS DIFFICILE À FAIRE. L'ALGORITHME RÉCOMPENSE LES TENDANCES. ET LES SONS SONT LE MEILLEUR MOYEN DE PARTICIPER À CE SYSTÈME DE RÉCOMPENSE !

COMMENT TROUVER UN AUDIO TENDANCE QUI EST SUR LE POINT DE DEVENIR VIRAL ?

RECHERCHEZ LA FLÈCHE POINTANT VERS LE HAUT AU BAS DE N'IMPORTE QUELLE BOBINE ! VOUS POUVEZ CLIQUER SUR CETTE FLÈCHE ET ELLE VOUS MÈNERA AU SON TENDANCE !

VOUS SOUHAITEZ TROUVER DES SONS COMPORTANT MOINS DE 5 À 10 000 UTILISATIONS (ENTRE 500 ET 1 000. C'EST ENCORE MIEUX !).

REGARDEZ LES COMMENTAIRES DES 4 À 5 UTILISATIONS LES PLUS PERFORMANTS POUR VOIR À QUAND DATENT LES COMMENTAIRES. S'ILS ONT PLUS D'UNE SEMAINE. CE SON N'EST PROBABLEMENT PLUS SUR UNE TENDANCE À LA HAUSSE !

CERTAINS COMPTES AIMENT ALLER PLUS LOIN AVEC L'IMAGE DE MARQUE ET UNE APPARENCE COHÉRENTE EN AJOUTANT DES COUVERTURES REEL.

ASSUREZ-VOUS QUE LA VITESSE DE VOTRE AUDIO CORRESPOND À LA VITESSE DE VOTRE VIDÉO. PAR EXEMPLE. NE METTEZ PAS UNE CHANSON ENTRAÎNANTE SUR UN REEL AU RALENTI.

3. ATTRAIT VISUEL : LE CONTENU VISUEL ATTIRE L'ATTENTION.

JOUEZ AVEC L'ESTHÉTIQUE VISUELLE. COMME LES TRANSITIONS. LES FILTRES ET LES SUPERPOSITIONS DE TEXTE. POUR RENDRE VOS REELS VISUELLEMENT CAPTIVANTS. EXPÉRIMENTEZ DIFFÉRENTS STYLES POUR TROUVER CE QUI RÉSONNE LE MIEUX AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC.

INVESTIR DANS:

- IMAGES DE HAUTE QUALITÉ : UTILISEZ DES IMAGES NETTES ET BIEN COMPOSÉES QUI CORRESPONDENT À VOTRE MARQUE ET TROUVENT UN ÉCHO AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC.
- GRAPHIQUES ET VIDÉOS : INTÉGREZ DES GRAPHIQUES. DES ANIMATIONS ET DES VIDÉOS ATTRAYANTS QUI TRANSMETTENT EFFICACEMENT VOTRE MESSAGE.

IL EST IMPORTANT DE MAINTENIR UNE COHÉRENCE DANS LES VISUELS QUE VOUS CRÉEZ ! VOUS VOULEZ QUE LES GENS VOIENT ET RECONNAISSENT QUI L'A PUBLIÉ SANS AVOIR À VOIR VOTRE NOM.



4. LÉGENDE ENGAGEANTE : LES LÉGENDES LONGUES SONT PRÉFÉRABLES POUR GARDER LES GENS SUR VOTRE CONTENU PLUS LONGTEMPS. CE QUI AIDE L'ALGORITHME.

- ACCROCHEZ-VOUS DÈS LE DÉBUT : CAPTEZ L'ATTENTION DÈS LE DÉBUT. UTILISEZ DES QUESTIONS INTRIGANTES. DES DÉCLARATIONS PERCUTANTES OU DES ANECDOTES PERTINENTES POUR ATTIRER LES LECTEURS. VOUS POUVEZ VOIR LA PREMIÈRE LIGNE DE TEXTE DANS LA LÉGENDE SANS RÉELLEMENT CLIQUER DESSUS. JE RECOMMANDE DONC QUELQUE CHOSE QUI LEUR DONNE ENVIE DE L'OUVRIR/DÉVELOPPER !
- AJOUTEZ DE LA VALEUR : FOURNISSEZ DES INFORMATIONS. DES CONSEILS OU DES CONNAISSANCES PERTINENTES POUR VOTRE CONTENU. LES LÉGENDES QUI OFFRENT DE LA VALEUR ENCOURAGENT L'ENGAGEMENT ET L'INTERACTION.
- QUESTIONS INTRIGANTES : POSEZ DES QUESTIONS QUI INVITENT LES UTILISATEURS À PARTICIPER ET À DISCUTER. LES COMMENTAIRES ENCOURAGEANTS AMÉLIORENT L'ENGAGEMENT ET LA VISIBILITÉ.
- APPEL À L'ACTION (CTA) : INCLUEZ UN CTA CLAIR POUR GUIDER LES UTILISATEURS VERS L'ACTION SOUHAITÉE. QU'IL S'AGISSE D'AIMER. DE COMMENTER. DE PARTAGER OU DE VISITER VOTRE SITE WEB.

- SAUTS DE LIGNE : UTILISEZ DES SAUTS DE LIGNE POUR DIVISER LE TEXTE ET RENDRE VOTRE LÉGENDE PLUS LISIBLE. UNE LÉGENDE BIEN ORGANISÉE EST PLUS SUSCEPTIBLE DE SUSCITER L'INTÉRÊT.
- HASHTAGS STRATÉGIQUES : INTÉGREZ DES HASHTAGS PERTINENTS POUR AUGMENTER LA VISIBILITÉ. MÉLANGEZ DES HASHTAGS POPULAIRES, DE NICHE ET DE MARQUE POUR UNE APPROCHE ÉQUILIBRÉE.
- ANALYSEZ L'ENGAGEMENT : SUIVEZ LES MESURES TELLES QUE LES LIKES, LES COMMENTAIRES, LES PARTAGES ET LES SAUVEGARDES POUR ÉVALUER L'EFFICACITÉ DE VOS SOUS-TITRES. DÉTERMINEZ CE QUI SUSCITE UNE INTERACTION ET CONTINUEZ À L'INCLURE DANS VOS LÉGENDES.

SI VOUS AVEZ DU MAL À CRÉER UNE LÉGENDE, CHATGPT EST VOTRE MEILLEUR AMI ! TAPEZ TOUS LES POINTS QUE VOUS SOUHAITEZ FAIRE PASSER ET DEMANDEZ À CHATGPT DE RÉDIGER QUELQUE CHOSE POUR VOUS. BIEN SÛR, VOUS DEVREZ MODIFIER CETTE RÉPONSE POUR LA RENDRE PLUS PERSONNELLE.



STRATÉGIES DES REELS

VOUS SOUHAITEZ VOUS CONCENTRER SUR LA FAÇON D'AUGMENTER VOTRE DURÉE DE VISIONNAGE. CE QUI EST INCROYABLE CAR VOUS POUVEZ DÉSORMAIS SUIVRE CELA DANS VOS INSIGHTS. SI L'ALGORITHME DÉTECTE QUE VOUS AVEZ UNE DURÉE DE VISIONNAGE PLUS LONGUE. IL DIFFUSERA VOTRE REEL VERS DAVANTAGE DE COMPTES. CE QUI ENTRAÎNERA UNE VISIBILITÉ ACCRUE.

VOICI QUELQUES STRATÉGIES QUI ONT FONCTIONNÉ POUR MOI RÉCEMMENT :

- UTILISEZ DES IMAGES ET DES VIDÉOS HAUTE RÉSOLUTION POUR CONSERVER UNE APPARENCE PROFESSIONNELLE. LES VISUELS GRANULEUX OU PIXELLISÉS PEUVENT DIMINUER LA VALEUR PERÇUE DE VOTRE CONTENU.
- LES MOTS SUR VOS REELS DOIVENT ÊTRE CLAIRS. S'ILS SONT DIFFICILES À LIRE. LA PLUPART DES GENS LES FERONT DÉFILER.
- ASSUREZ-VOUS D'AVOIR UNE IMAGE DE MARQUE COHÉRENTE ET QUE VOS VISUELS CORRESPONDENT À VOTRE IDENTITÉ DE MARQUE. UTILISEZ DES COULEURS. DES POLICES ET DES STYLES COHÉRENTS. CELA FAVORISE LA RECONNAISSANCE ET LA CONFIANCE DE LA MARQUE.
- MAINTENEZ UN ÉQUILIBRE ENTRE LE TEXTE ET LES VISUELS. TROP DE TEXTE PEUT ÊTRE ÉCRASANT. ALORS QUE LES VISUELS SEULS PEUVENT MANQUER DE CONTEXTE. TROUVEZ LE BON MÉLANGE. VISEZ UNE À DEUX PHRASES.
- GARDEZ L'ATTENTION DE VOTRE PUBLIC SUR VOTRE REEL EN CHANGEANT FRÉQUEMMENT L'ARRIÈRE-PLAN POUR PERTURBER SON ATTENTION ET LE GARDER ACCRO.

STRATÉGIES DES REELS

- UTILISEZ DES TECHNIQUES DE CURIOSITÉ. DITES-LEUR L'ACCROCHE. RENDEZ LE REEL TRÈS COURT. PUIS INCLUEZ UN APPEL À L'ACTION POUR LES DIRIGER VERS VOTRE LÉGENDE (VOTRE ACCROCHE DOIT ÊTRE TRÈS SOLIDE POUR QUE CELA FONCTIONNE). C'EST ICI QUE VOUS LEUR DONNEREZ LA MAJORITÉ DES INFORMATIONS SUR CE QUE VOUS ESSAYEZ DE TRANSMETTRE.
- AU LIEU D'AFFICHER VOTRE TEXTE D'UN SEUL COUP. ÉTALEZ-LE AFIN QU'IL APPARAISSE À L'ÉCRAN L'UN APRÈS L'AUTRE. VOTRE PUBLIC DOIT ATTENDRE TOUTES LES INFORMATIONS AVANT DE FAIRE DÉFILER.
- DONNEZ À VOTRE VIDÉO L'IMPRESSION QU'ELLE SE DÉROULE DU DÉBUT À LA FIN AFIN QU'ELLE TOURNE EN BOUCLE. VOS TÉLÉSPECTATEURS NE SAURONT PAS QU'ILS LE REGARDENT ENCORE ET ENCORE CAR ILS SONT ACCROS À LA TRANSITION ET LISENT ENSUITE LES INFORMATIONS.
- EXPÉRIENCE ! EXPÉRIMENTEZ AVEC DIFFÉRENTS FORMATS VISUELS TELS QUE DES PUBLICATIONS DE CARROUSEL OU DE COURTS CLIPS.



IDÉES DE REELS SANS VISAGE

1. INCLUEZ UNE SÉRIE D'IMAGES ESTHÉTIQUES ET FOURNISSEZ DES TEXTES SUPERPOSÉS. VOUS POUVEZ CONSULTER MA PAGE POUR VOUS INSPIRER !

2. FILMEZ VOTRE CAFÉ OU VOTRE BOISSON - VOUS POUVEZ VOUS ENREGISTRER EN TRAIN DE VERSER LA BOISSON OU DE MARCHER AVEC.

3. FILMEZ VOS MAINS EN TRAIN DE FAIRE QUELQUE CHOSE EN RAPPORT AVEC VOTRE NICHE - PAR EXEMPLE. TRAVAILLER DERRIÈRE L'ORDINATEUR. CUISINER. ETC.

4. FILMEZ LA VUE QUE VOUS AVEZ LÀ OÙ VOUS ÊTES - QUE CE SOIT DERRIÈRE VOTRE ORDINATEUR. DANS LE PARC. À LA PISCINE. ASSIS SUR UN BANC. EN VOYAGE/EN VACANCES. ETC.

5. FILMEZ-VOUS EN VOUS ÉLOIGNANT DE LA CAMÉRA - VOUS POUVEZ LE FAIRE DANS DIFFÉRENTS ENVIRONNEMENTS OU EN FAISANT DIFFÉRENTES ACTIVITÉS. MÊME AVEC VOS ENFANTS !



PHOTOS/VIDÉOS SANS VISAGE

IL EXISTE PLUSIEURS RESSOURCES AUXQUELLES VOUS POUVEZ ACCÉDER POUR VOS PHOTOS ET VIDÉOS SANS VISAGE ! J'AI INITIALEMENT ACHETÉ UNE BIBLIOTHÈQUE DE CONTENU AUPRÈS D'UN AUTRE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE. MAIS ELLE N'EST PLUS DISPONIBLE. CE SONT LES OPTIONS QUE JE COMMENCE MAINTENANT À UTILISER.

1. CANVA : CANVA PROPOSE DES PHOTOS ET DES VIDÉOS GRATUITES ET PAYANTES QUE VOUS POUVEZ TÉLÉCHARGER ET AJOUTER À VOS PHOTOS ET/OU VIDÉOS !

2. SOCIAL STOCKS ET THE CONTENT COVE : CE SONT DEUX DE MES ENDROITS PRÉFÉRÉS POUR TÉLÉCHARGER DES VIDÉOS ESTHÉTIQUES ! IL EXISTE UN ABONNEMENT MENSUEL ET ANNUEL POUR CELA. ICI LE LIEN

3. PEXELS : PEXELS EST ÉGALEMENT UNE EXCELLENTE RESSOURCE GRATUITE POUR TÉLÉCHARGER DES PHOTOS ET DES VIDÉOS. CE SITE WEB EST GÉNIAL CAR VOUS POUVEZ RECHERCHER LES TYPES DE PHOTOS/VIDÉOS QUE VOUS SOUHAITEZ ET LE MOTEUR DE RECHERCHE VOUS PROPOSERA DES CENTAINES D'OPTIONS !





Chapitre 7

VENDRE DANS LES STORIES

VENDRE DANS LES STORIES

SI APPARAÎTRE QUOTIDIENNEMENT DE MANIÈRE AUTHENTIQUE DANS VOS STORIES NE FAIT PAS PARTIE DE VOTRE PLAN D'AFFAIRES. VOUS PASSEZ À CÔTÉ DE QUELQUE CHOSE.

LES STORIES INSTAGRAM SONT COMME L'ARME SECRÈTE DE VOTRE ARSENAL DE MARKETING NUMÉRIQUE. ILS CONSTITUENT VOTRE LIGNE DIRECTE AVEC VOTRE PUBLIC. OFFRANT UN APERÇU AUTHENTIQUE ET NON FILTRÉ DE VOTRE MONDE ET DE LA PERSONNALITÉ DE VOTRE MARQUE. C'EST AINSI QUE VOTRE PUBLIC APPRENDRA À VOUS CONNAÎTRE. ILS NE PEUVENT PAS VOIR VOTRE VISAGE. VOUS DEVREZ DONC PEUT-ÊTRE DEVENIR UN PEU PLUS PERSONNEL AFIN DE POUVOIR VOUS CONNECTER AVEC LES AUTRES À UN NIVEAU PLUS PROFOND.

LES FAITS RACONTENT. LES HISTOIRES SE VENDENT. VOUS SOUHAITEZ ÊTRE EN CONTACT QUOTIDIENNEMENT AVEC VOTRE PUBLIC.

QUE DEVRAIT CONTENIR VOS HISTOIRES ?
I. DANS LES COULISSES (BTS) : PARTAGEZ LES HISTOIRES DES PERSONNES DERRIÈRE LA MARQUE. LE PROCESSUS CRÉATIF OU LES OPÉRATIONS QUOTIDIENNES - CELA AJOUTE DE L'AUTHENTICITÉ ET UNE TOUCHE HUMAINE. VOUS N'AVEZ PAS BESOIN DE MONTRER VOTRE VISAGE. MAIS VOUS POUVEZ AJOUTER UNE TOUCHE PERSONNELLE EN PUBLIANT UNE PHOTO DE VOS ANIMAUX DE COMPAGNIE. DE VOS ENFANTS. DE VOTRE DÉJEUNER ET UNE PHOTO DE VOTRE ORDINATEUR PORTABLE PENDANT QUE VOUS TRAVAILLEZ. DE PETITES CHOSES COMME CELLE-CI VOUS FERONT VOUS SENTIR PLUS « RÉEL » POUR LES PERSONNES QUI NE VERRONT JAMAIS VOTRE VISAGE.

VENDRE DANS LES STORIES

2. NARRATION :

- HISTOIRES PERSONNELLES : RACONTEZ DES EXPÉRIENCES PERSONNELLES OU DES ANECDOTES QUI CORRESPONDENT À VOTRE NICHE.
- FAITES SAVOIR À VOTRE PUBLIC CE QUI VOUS A INSPIRÉ À VOUS LANCER DANS LE MARKETING NUMÉRIQUE. QUELLES ÉTAIENT VOS CRAINTES LORSQUE VOUS AVEZ COMMENCÉ ?
- HISTOIRES DE RÉUSSITE : METTEZ EN VALEUR DES HISTOIRES DE RÉUSSITE PERSONNELLES LIÉES À VOS PRODUITS OU SERVICES.
- ERREURS ET ÉCHECS : TOUT LE MONDE A PEUR DE PARAÎTRE PARFAIT. MAIS JE VOUS LE PROMETS. PARTAGER CE QUI N'EST PAS SI BON PERMETTRA AUX GENS DE SE CONNECTER AVEC VOUS ET DE VOUS CONSIDÉRER COMME UNE VRAIE PERSONNE !
- COMMUNIQUEZ COMMENT VOTRE MARQUE A ÉVOLUÉ. METTEZ EN AVANT LA CROISSANCE. LES LEÇONS APPRISES ET LA MANIÈRE DONT VOTRE MARQUE S'EST ADAPTÉE AUX DÉFIS : CELA DÉMONTRE LA RÉSILIENCE ET LES PROGRÈS. CELA AIDERA ÉGALEMENT LES GENS À MIEUX S'IDENTIFIER À VOUS.

2. TEASERS DE PRODUITS : CRÉEZ DE L'ANTICIPATION EN PARTAGEANT DES TEASERS DE LANCEMENTS DE PRODUITS. D'ÉVÉNEMENTS OU DE PROMOTIONS À VENIR. UTILISEZ DES AUTOCOLLANTS DE COMPTE À REBOURS OU DES SONDAGES POUR ENGAGER VOTRE PUBLIC ET L'ENTHOUSIASMER POUR CE QUI S'EN VIENT.



3. POSEZ DES QUESTIONS !

ENCOURAGEZ L'ENGAGEMENT ET LES DISCUSSIONS EN POSANT DES QUESTIONS PERTINENTES. L'ENGAGEMENT EST CE QUI VA POUSSER VOTRE CONTENU VERS L'ALGORITHME. PLUS VOUS AVEZ DE LIKES. DE COMMENTAIRES. DE SAUVEGARDES ET DE TEMPS PASSÉ SUR VOS PUBLICATIONS. MIEUX C'EST !

POSEZ DES QUESTIONS RÉFLÉCHIES : POSEZ DES QUESTIONS LIÉES À VOTRE NICHE OU À VOTRE SECTEUR POUR STIMULER LES CONVERSATIONS.

LA PAGE SUIVANTE VOUS PROPOSERA QUELQUES EXEMPLES.

EXEMPLES DE QUESTIONS QUE VOUS POUVEZ POSER :

Q) QUEL EST VOTRE PRINCIPAL OBJECTIF PROFESSIONNEL OU PERSONNEL POUR CE MOIS-CI ? ENCOURAGEONS-NOUS LES UNS LES AUTRES !
Q) PARTAGEZ UN SUCCÈS RÉCENT OU UNE ÉTAPE IMPORTANTE QUE VOUS AVEZ FRANCHIE DANS VOTRE ACTIVITÉ EN LIGNE.
Q) PARTAGEZ VOTRE OUTIL DE MARKETING NUMÉRIQUE INCONTOURNABLE ! QUEL EST L'OUTIL SANS LEQUEL VOUS NE POUVEZ PAS VIVRE ?
Q) QUELLE COMPÉTENCE OU STRATÉGIE APPRENEZ-VOUS ACTUELLEMENT POUR AMÉLIORER VOTRE ACTIVITÉ EN LIGNE ?
Q) QU'EST-CE QUI VOUS MOTIVE LORSQUE VOUS FAITES FACE À DES DÉFIS DANS VOTRE VIE PERSONNELLE OU PROFESSIONNELLE ?
Q) QU'EST-CE QUI VOUS A POUSSÉ À VOUS LANCER DANS LE SECTEUR DU MARKETING NUMÉRIQUE ?
Q) QUEL TYPE DE CONTENU AIMERIEZ-VOUS VOIR DAVANTAGE SUR CETTE PAGE ? VOS COMMENTAIRES COMPTENT !

RÉALISER DES SONDAGES/UTILISER DES QUIZ : UTILISEZ DES SONDAGES OU DES QUIZ DANS VOS HISTOIRES POUR RECUEILLIR LES OPINIONS OU LES PRÉFÉRENCES DE VOTRE PUBLIC. QUE VEULENT-ILS VOIR DAVANTAGE ? QUEL CONTENU TROUVENT-ILS LE PLUS UTILE ?

VOUS POUVEZ ÉGALEMENT POSER DES QUESTIONS SIMPLES DANS VOS SONDAGES TELLES QUE :
Q) QUELS SONT VOS PROJETS CE WEEK-END ?
Q) COMMENT VA TOUT LE MONDE AUJOURD'HUI ?

4. CONTENU ÉDUCATIF

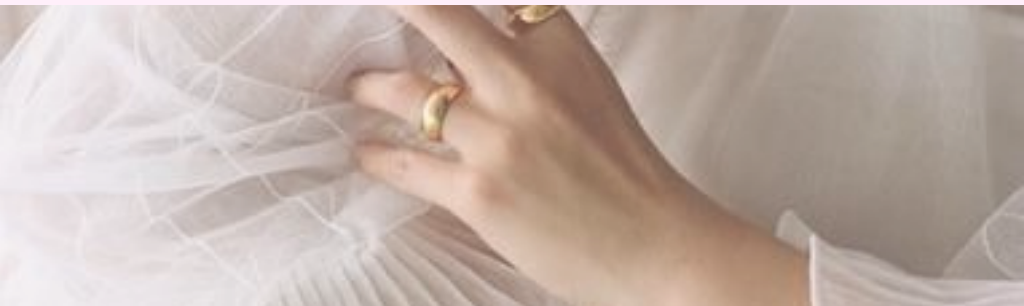
PARTAGEZ DES INFORMATIONS PRÉCIEUSES, DES CONSEILS ET DES GUIDES PRATIQUES SPÉCIFIQUES À VOTRE NICHE. VOUS SOUHAITEZ VOUS POSITIONNER COMME UNE RESSOURCE COMPÉTENTE DANS VOTRE DOMAINE.

IL EST ÉGALEMENT IMPORTANT QUE LES GENS SE SENTENT COMME UNE FIGURE D'AUTORITÉ DANS VOTRE NICHE. VOUS VOULEZ ÊTRE LEUR PERSONNE DE RÉFÉRENCE POUR TOUT CE QUI CONCERNE VOTRE NICHE - RAPPELEZ-VOUS-EN !

VOICI QUELQUES EXEMPLES DE CONTENUS PÉDAGOGIQUES :

- PARTAGEZ DES FAITS SUR LE MARKETING NUMÉRIQUE
- PARTAGER LE REVENU MOYEN D'UN SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE
- EXPLIQUEZ LES COMPÉTENCES À REVENU ÉLEVÉ QUE VOUS AVEZ ACQUISES DEPUIS QUE VOUS AVEZ COMMENCÉ LE MARKETING NUMÉRIQUE
- PARTAGEZ VOTRE PARCOURS DE DÉMARRAGE DU MARKETING NUMÉRIQUE
- PARLEZ DE VOTRE POURQUOI
- PARTAGEZ DES HISTOIRES DE RÉUSSITE
- PARTAGEZ QUELQUES ERREURS QUE VOUS AVEZ COMMISES ET CE QUE LES AUTRES DEVRAIENT ÉVITER AU DÉBUT
- PRÉSENTEZ DES EXTRAITS DU CONTENU DES PRODUITS QUE VOUS POUVEZ PROPOSER

- EXPLIQUEZ CE QUE SONT LES DROITS DE REVENTE PRINCIPAUX
- OUTILS QUE VOUS UTILISEZ POUR CRÉER DES PRODUITS NUMÉRIQUES
- OUTILS QUE VOUS UTILISEZ POUR CRÉER ET ÉDITER VOS VIDÉOS
- EXPLIQUEZ LES AVANTAGES DE L'AUTOMATISATION AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE
- IMPORTANCE D'UN ENTONNOIR DE VENTE
- EXPLIQUER L'IMPORTANCE DU MARKETING PAR E-MAIL
- PUBLIEZ DES CONSEILS SUR LA FAÇON DE FABRIQUER DE BONS HAMEÇONS SUR VOS MOULINETS
- EXPLIQUER CE QU'EST LE SEO ET COMMENT L'OPTIMISER
- EXISTE-T-IL UNE ASSISTANCE DISPONIBLE ? EXPLIQUEZ LE SUPPORT QUE VOUS APPORTEREZ À L'ACHAT DE VOS PRODUITS.
- A QUI S'ADRESSENT VOS PRODUITS ? EXPLIQUEZ VOTRE PUBLIC CIBLE ET COMMENT IL S'ADRESSE AUSSI BIEN AUX DÉBUTANTS QU'AUX PERSONNES QUI ONT DÉJÀ UNE ENTREPRISE.
- DÉMYSTIFIER LES MYTHES : UNIQUEMENT POUR REVENDRE. ARNAQUE. SYSTÈME PYRAMIDAL. SURSATURATION. SYSTÈME POUR DEVENIR RICHE RAPIDEMENT
- PARLEZ DE VOS OPINIONS EN MATIÈRE DE RÉCLAMATIONS DE REVENUS



5. CONCOURS ET CADEAUX

LES CONCOURS ET LES CADEAUX PEUVENT GÉNÉRER DE L'ENTHOUSIASME ET DE L'ENGAGEMENT :

- RÈGLES CLAIRES : ASSUREZ-VOUS QUE VOTRE CONCOURS OU VOTRE CADEAU COMPORTE DES RÈGLES ET DES DIRECTIVES CLAIRES
- PRIX DE VALEUR : OFFREZ DES PRIX QUI TROUVENT UN ÉCHO AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC CIBLE ET SONT PERTINENTS POUR VOTRE NICHE. LES PRIX POURRAIENT INCLURE UNE COPIE GRATUITE DE L'UN DE VOS PRODUITS NUMÉRIQUES. UN APPEL INDIVIDUEL AVEC VOUS POUR PASSER EN REVUE LES STRATÉGIES MARKETING. ETC.

6. CONTENU GÉNÉRÉ PAR L'UTILISATEUR (UGC) : PRÉSENTEZ LE CONTENU CRÉÉ PAR VOS CLIENTS OU FANS. PARTAGEZ LEURS PUBLICATIONS ET HISTOIRES QUI PRÉSENTENT VOS PRODUITS OU SERVICES. MONTREZ UNE CAPTURE D'ÉCRAN D'UN CLIENT PARTAGEANT D'EXCELLENTS COMMENTAIRES ! CELA FAVORISE NON SEULEMENT UN SENTIMENT DE COMMUNAUTÉ. MAIS AGIT ÉGALEMENT COMME UNE PREUVE SOCIALE.

ÊTRE COHÉRENT!

APPLIQUEZ SYSTÉMATIQUEMENT CES STRATÉGIES AFIN DE POUVOIR ÉTABLIR UNE PRÉSENCE SOLIDE DANS VOS STORIES. ENGAGER VOTRE PUBLIC DE MANIÈRE AUTHENTIQUE ET ATTEINDRE VOS OBJECTIFS DE MARKETING NUMÉRIQUE. TOUT EN PRÉSERVANT VOTRE ANONYMAT !

Chapitre 8

CONTENU QUI CONVERTIT



CONTENU QUI CONVERTIT

ATTRACTION AVEC RÉSOLUTION DE PROBLÈMES
C'EST LE CONTENU DANS LEQUEL VOUS ABORDEREZ LES PROBLÈMES. ET PAS SEULEMENT LES RÉSOUDRE. MAIS LES RÉSOUDRE ! NE VOUS CONTENTEZ PAS D'ÉNONCER LEUR PROBLÈME... ILS SONT CONSCIENTS QU'ILS L'ONT. ILS ONT BESOIN D'UNE SOLUTION. ET VOUS VENEZ LA LEUR APPORTER !

C'EST LÀ QUE VOUS VOUDREZ PRENDRE LA POSITION DE L'EXPERT. OU SI VOUS N'ÊTES PAS ENCORE UN EXPERT. LAISSEZ VOTRE PRODUIT DEVENIR L'EXPERT !

PAR EXEMPLE. SI VOUS VENDEZ UN COURS DE MARKETING NUMÉRIQUE POUR DÉBUTANTS. LAISSEZ LE COURS OCCUPER LE DEVANT DE LA SCÈNE !

EXEMPLE : « JE NE CONNAISSAIS PAS X. MAIS MAINTENANT JE LE CONNAIS ET JE L'AI APPRIS DE (REMPLISSEZ LE BLANC) ! »

VOTRE VOYAGE CONSTITUERA UNE PREUVE VISUELLE QUE LES GENS DOIVENT VOIR ET À LAQUELLE S'IDENTIFIER. SI VOUS CHOISISSEZ DE PARTAGER LES REVENUS GAGNÉS. PARTAGEZ QUELQUE CHOSE AUQUEL IL EST LIÉ ET QUI POURRAIT ÊTRE LIÉ AUX ÉMOTIONS DES GENS. PAR EXEMPLE. VOTRE DEUXIÈME VENTE A PERMIS À VOTRE FILLE DE BÉNÉFICIER DE COURS D'ARTS MARTIAUX ET DE PIANO POUR LE MOIS.

CONTENU QUI CONVERTIT

LE STORY TELLING EST UN VOYAGE ÉMOTIONNEL DANS LEQUEL VOUS EMMENEZ UN ACHETEUR. PARTAGEZ VOTRE HISTOIRE SOUVENT. QUOTIDIENNEMENT SI VOUS PUBLIEZ 3 STORIES/JOUR. MÊME LORSQUE VOUS PUBLIEZ DEPUIS DES MOIS. VOUS DEVEZ TOUJOURS AGIR COMME SI VOUS PARLIEZ À UN NOUVEAU FOLLOWER QUI N'A AUCUNE IDÉE DE QUI VOUS ÊTES ET DE CE QUE VOUS PROPOSEZ. PARCE QUE SI VOUS GRANDISSEZ AUSSI VITE QUE VOUS LE SOUHAITEZ. VOUS GAGNEREZ AU MOINS 1 NOUVEAU FOLLOWER PAR JOUR.

LES COMPTES QUI CONNAISSENT LA CROISSANCE LA PLUS RAPIDE PARTAGENT SYSTÉMATIQUEMENT QUI ILS SONT. COMMENT ILS ONT COMMENCÉ ET CE QUE LEUR OFFRE LEUR A APPORTÉ JUSQU'À PRÉSENT. CELA VOUS SERA RÉPÉTITIF. VOUS PENSEZ PEUT-ÊTRE QUE « MES ABONNÉS ACTUELS DOIVENT EN AVOIR MARRE DE MOI ». MAIS N'OUBLIEZ PAS QUE LES GENS DOIVENT ENTENDRE QUELQUE CHOSE UN MILLION DE FOIS AVANT D'ACHETER.

EXEMPLE D'HISTOIRE 1 : « JE SUIS MAMAN DE 2 ENFANTS. UNE ANCIENNE EMPLOYÉE D'ENTREPRISE ÉPUISÉE QUI CHERCHAIT UN MOYEN DE MONÉTISER LE TEMPS QUE JE PASSAIS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX. JE SUIS TOMBÉ SUR UNE MÈRE QUI POSTAIT SUR LE FAIT DE GAGNER UN REVENU IMPORTANT GRÂCE À UN COURS QU'ELLE AVAIT ACHETÉ ET QUI OFFRAIT DES DROITS DE REVENTE. JE N'AVAIS AUCUNE EXPÉRIENCE DANS LA VENTE DE COURS OU DE PRODUITS NUMÉRIQUES. MAIS APRÈS L'AVOIR ACHETÉ. J'AI APPRIS TOUT CE QUE J'AVAIS BESOIN DE SAVOIR POUR COMMENCER ET RÉUSSIR ! (INSÉREZ TOUS LES GAINS. VENTES. CHOSES QUE VOUS AVEZ APPRISES).

CONTENU QUI CONVERTIT

ÉLIMINATION DES OBJECTIONS
PARLEZ DES OBJECTIONS QUE VOUS RENCONTREZ PEUT-ÊTRE LORS DE CONVERSATIONS PRIVÉES. OU MÊME DES OBJECTIONS QUE VOUS AVEZ VOUS-MÊME. POURQUOI AVEZ-VOUS MIS AUTANT DE TEMPS À VOUS LANCER DANS LE MARKETING/PRODUITS NUMÉRIQUES ? CRÉEZ DU CONTENU AUTOUR DE CELA !

« AVANT, JE PENSAIS QUE POUR GAGNER DE L'ARGENT DANS LE MARKETING NUMÉRIQUE, JE DEVAIS SUIVRE UN COURS SOPHISTIQUÉ OU MÊME AVOIR MON PROPRE PRODUIT NUMÉRIQUE. J'AVAIS TELLEMENT TORT ! J'AI PU ME LANCER DANS LE MARKETING NUMÉRIQUE EN VENDANT UN COURS CRÉÉ PAR QUELQU'UN D'AUTRE ET CELA M'A APPRIS À COMMERCIALISER N'IMPORTE QUEL PRODUIT NUMÉRIQUE ET À LE RENTABILISER AVEC DES SYSTÈMES AUTOMATISÉS QUI FONCTIONNENT POUR MOI BIEN APRÈS SA CRÉATION.



CONTENU QUI CONVERTIT

CONTENU DE CONVERSION
C'EST LE CONTENU DIFFICILE À VENDRE. VOUS NE SOUHAITEZ PUBLIER CE TYPE DE CONTENU QU'UNE FOIS PAR JOUR SI VOUS PUBLIEZ 3 FOIS/JOUR OU UNE FOIS TOUS LES 3-4 JOURS SI VOUS NE PUBLIEZ QU'UNE FOIS/JOUR.

C'EST ICI QUE VOUS POUVEZ UTILISER LES TÉMOIGNAGES DE VOS CLIENTS (OU D'AUTRES MEMBRES DE VOTRE COMMUNAUTÉ SI VOUS N'AVEZ PAS ENCORE DE RÉSULTATS). ET MÊME VOS PROPRES RÉSULTATS ! LA PREUVE SOCIALE CONVERTIT ! TOUT LE MONDE N'EST PAS FAN DE CELA. MAIS JE PENSE QUE MONTRER VOS RÉSULTATS ET CE QUE VOUS AVEZ RÉALISÉ MONTRE AUX GENS CE QUI EST POSSIBLE. C'EST CE TYPE DE CONTENU QUI M'A POUSSÉ À EMBARQUER.

VOUS N'AVEZ PAS BESOIN D'ÊTRE UN EXPERT. IL VOUS SUFFIT DE MONTRER QUE VOUS (OU VOTRE PRODUIT) POUVEZ AIDER QUELQU'UN À PASSER DU POINT A AU POINT B.

SI VOUS N'AVEZ PAS ENCORE DE RÉSULTATS PERSONNELS. VOUS ÊTES LIBRE D'UTILISER LES TÉMOIGNAGES DE LA COMMUNAUTÉ DU COURS (SI VOUS VENDEZ UN COURS). CE SONT ENCORE DE VRAIS TÉMOIGNAGES DE VRAIES PERSONNES.

Chapitre 9



CULTIVER UNE COMMUNAUTÉ IG + STRATÉGIES DE CROISSANCE

BÂTIR UNE COMMUNAUTÉ

LA BASE DE TOUTE COMMUNAUTÉ RÉUSSIE EST UN CONTENU QUI TROUVE UN ÉCHO AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC CIBLE. LES GENS VEULENT VOUS VOIR RÉEL ET AUTHENTIQUE.

EN CE QUI CONCERNE LES COMPTES SANS VISAGE. C'EST LÀ QU'IL EST VRAIMENT IMPORTANT D'ÊTRE AUTHENTIQUE DANS VOS PUBLICATIONS ET INTERACTIONS. LES GENS APPRÉCIENT ET SONT ATTIRÉS PAR LE RÉEL. PARTAGEZ VOS EXPÉRIENCES PERSONNELLES. VOS HISTOIRES ET VOTRE EXPERTISE POUR VOUS CONNECTER PLUS PROFONDÉMENT AVEC VOTRE PUBLIC.

UNE COMMUNAUTÉ BIEN ENTRETENUE RESPIRE L'AUTHENTICITÉ. LORSQUE VOS ABONNÉS SENTENT QUE VOUS VOUS SOUCIEZ RÉELLEMENT DE LEURS INTÉRÊTS ET DE LEURS BESOINS. ILS SONT PLUS SUSCEPTIBLES DE FAIRE CONFIANCE À VOS RECOMMANDATIONS. D'INTERAGIR AVEC VOTRE CONTENU ET MÊME DE PRENDRE DES DÉCISIONS D'ACHAT EN FONCTION DE VOS SUGGESTIONS. LA CONFIANCE EST LA PIERRE ANGULAIRE DES RELATIONS DURABLES ET DE LA FIDÉLITÉ À LA MARQUE.

LE POUVOIR DE LA COHÉRENCE

1. NOTORIÉTÉ PRIORITAIRE : DES PUBLICATIONS RÉGULIÈRES MAINTIENNENT VOTRE MARQUE À JOUR DANS L'ESPRIT DE VOS ABONNÉS. CECI EST CRUCIAL SUR UNE PLATE-FORME OÙ LE CONTENU DÉFILE RAPIDEMENT.

2. FAVORISATION DE L'ALGORITHME : L'ALGORITHME D'INSTAGRAM A TENDANCE À FAVORISER LES COMPTES QUI PUBLIENT RÉGULIÈREMENT. UNE ACTIVITÉ RÉGULIÈRE SIGNALE À L'ALGORITHME QUE VOTRE CONTENU EST PERTINENT ET ENGAGEANT.

3. ATTENTES DU PUBLIC : LA COHÉRENCE DÉFINIT LES ATTENTES. VOS ABONNÉS ANTICIPENT VOS PUBLICATIONS ET SONT PLUS SUSCEPTIBLES DE S'ENGAGER LORSQU'ILS TROUVENT CE QU'ILS ATTENDAIENT.

LA QUALITÉ PLUTÔT QUE LA QUANTITÉ : MÊME SI LA COHÉRENCE EST VITALE. LA QUALITÉ NE DOIT JAMAIS ÊTRE COMPROMISE. EFFORCEZ-VOUS DE FOURNIR UN CONTENU PRÉCIEUX ET BIEN CONÇU DANS CHAQUE PUBLICATION.



LA PLUPART DES PERSONNES QUI NE VOIENT PAS DE CROISSANCE NE PUBLIENT PAS ASSEZ RÉGULIÈREMENT OU NE SONT TOUT SIMPLEMENT PAS COHÉRENTES DEPUIS ASSEZ LONGTEMPS. LES EXPERTS DISENT QU'IL FAUT 3 À 5 SEMAINES DE PUBLICATION CONSTANTE 3 FOIS/JOUR POUR COMMENCER À VOIR UNE CROISSANCE. ALORS N'ABANDONNEZ PAS !

IL EST TRÈS IMPORTANT DE SAVOIR QUE DANS LE PASSÉ, LE CONSENSUS GÉNÉRAL ÉTAIT QU'IL FALLAIT ENVIRON 7 « POINTS DE CONTACT » (C'EST-À-DIRE DES INTERACTIONS AVEC VOTRE CLIENT POTENTIEL) POUR LE CONVERTIR (C'EST-À-DIRE POUR QU'IL ACHÈTE VOTRE PRODUIT !).

MAIS DÉSORMAIS, CE CHIFFRE EST BIEN PLUS ÉLEVÉ. PLUTÔT 100 POINTS DE CONTACT ! MAIS N'AYEZ CRAINTE. PRESQUE CHAQUE INTERACTION COMPTE COMME UN POINT DE CONTACT, QUE VOUS RÉALISIEZ OU NON QU'ELLE SE PRODUISE. CHAQUE STORY = 1 POINT DE CONTACT. CHAQUE PUBLICATION OU REEL = 1 POINT DE CONTACT. CHAQUE INTERACTION COMMENTAIRE/RÉPONSE = 1 POINT DE CONTACT. ET AINSI DE SUITE.

SI VOUS PUBLIEZ 6 STORIES INTENTIONNELLES PAR JOUR, CELA REPRÉSENTE 180 POINTS DE CONTACT EN UN MOIS RIEN QU'À PARTIR DE VOS SEULES STORIES ! CELA NE COMPTE MÊME PAS VOS REELS OU VOS COMMENTAIRES. CELA PEUT DONC ARRIVER RAPIDEMENT. C'EST LÀ QUE LE CONTENU DEVIENT ESSENTIEL.

ENGAGEMENT

L'ENGAGEMENT VA AU-DELÀ DES LIKES ET DES COMMENTAIRES : IL S'AGIT DE CRÉER UN DIALOGUE BIDIRECTIONNEL OÙ VOTRE PUBLIC SE SENT ENTENDU, VALORISÉ ET CONNECTÉ.

ASSUREZ-VOUS DE PARTICIPER ACTIVEMENT AUX DISCUSSIONS AU SEIN DE VOTRE NICHE, D'AIMER ET DE RÉPONDRE RAPIDEMENT AUX COMMENTAIRES ET AUX MESSAGES, ET D'INTERAGIR AVEC LE CONTENU DE VOTRE PUBLIC. LES INTERACTIONS AUTHENTIQUES SONT FONDAMENTALES POUR INSTAURER LA CONFIANCE.

C'EST IMPORTANT SURTOUT LORSQUE VOUS DÉBUTEZ AVEC UNE MARQUE SANS VISAGE ! IL FAUT QUE LES GENS RÉALISENT QU'IL Y A UNE VRAIE PERSONNE DERRIÈRE L'ÉCRAN. ENGAGEZ-VOUS AVEC LES GENS DE VOTRE COMMUNAUTÉ ET INTERAGISSEZ AVEC LES PERSONNES DE VOTRE PUBLIC CIBLE/CLIENT IDÉAL !

CHAQUE FOIS QUE VOUS INTERAGISSEZ AVEC UNE PUBLICATION, VOUS DEMANDEZ À L'ALGORITHME DE VOUS MONTRER DAVANTAGE DE CE TYPE DE CONTENU. SOYEZ DONC TRÈS INTENTIONNEL QUANT AU TYPE DE CONTENU AVEC LEQUEL VOUS INTERAGISSEZ LE PLUS SOUVENT. NE COMBINEZ PAS VOS PASSE-TEMPS/INTÉRÊTS AVEC LE PROFESSIONNEL LORSQUE VOUS INTERAGISSEZ AVEC DES COMPTES SUR VOTRE COMPTE PROFESSIONNEL. VOUS CONFONDREZ L'ALGORITHME ET IL NE TRANSMETTRA PAS VOTRE CONTENU À VOTRE CLIENT IDÉAL.

VOUS AIMEZ ET SOUTENEZ UN GROUPE D'AUTRES PERSONNES DANS VOTRE NICHE ? C'EST CE QUE VOUS COMMENCEREZ À VOIR LE PLUS (CELA PEUT FONCTIONNER À LA FOIS POUR ET CONTRE VOUS). L'ÉQUILIBRE ICI EST LA CLÉ.

ENGAGEMENT

VOICI QUELQUES STRATÉGIES POUR FAVORISER L'ENGAGEMENT.

ÉTAPE 1 : POSEZ 2 À 3 QUESTIONS SUR VOS STORIES AVEC DES SONDAGES AUTOUR DU SUJET AUQUEL VOTRE MESSAGE EST LIÉ AFIN QUE VOTRE PUBLIC S'INVESTISSE ET S'ACTIVE (OU AIDEZ-LE À IDENTIFIER QU'IL A UN PROBLÈME).

ÉTAPE 2 : TAQUINEZ-LES ET FAITES-LEUR SAVOIR QUE S'ILS ONT VOTÉ. VOUS PUBLIEREZ TRÈS BIENTÔT UN MESSAGE SUR LA GRILLE QUI LES AIDERA À RÉSOUDRE (INSÉRER LE POINT DE DOULEUR).

ÉTAPE 3 : RÉPONDEZ OU AIMEZ TOUS LES COMMENTAIRES SUR VOTRE MESSAGE PRÉCÉDENT. UNE NOTIFICATION APPARAÎTRA SUR LEUR TÉLÉPHONE ET ILS POURRONT ENSUITE CLIQUER SUR VOTRE PROFIL ET VOIR VOTRE NOUVEAU MESSAGE.

ÉTAPE 4 : UNE FOIS QUE VOUS AVEZ PUBLIÉ. PARTAGEZ VOTRE MESSAGE DANS VOS STORIES AVEC ÉGALEMENT UNE ACCROCHE SUR LA DIAPOSITIVE DE L'HISTOIRE. EXEMPLE... SI VOUS AVEZ DU MAL À PERDRE DU POIDS... VOUS DEVEZ LIRE LA LÉGENDE !

ÉTAPE 5 : DEMANDEZ DE L'ENGAGEMENT DANS VOS LÉGENDES AVEC UNE DÉCLARATION SIMPLE QUI NÉCESSITE UNE RÉPONSE.

ÉTAPE 6 : INTERAGISSEZ AVEC D'AUTRES COMPTES DE VOTRE NICHE. VOUS POUVEZ LE FAIRE EN AIMANT ET EN COMMENTANT LEURS PUBLICATIONS EN MONTRANT VOTRE SOUTIEN.

HASHTAGS

LES HASHTAGS SONT IMPORTANTS CAR ILS CONTRIBUENT À ÉLARGIR VOTRE PORTÉE. LES HASHTAGS CATÉGORISENT VOTRE CONTENU. PERMETTANT AUX UTILISATEURS INTÉRESSÉS PAR DES SUJETS SIMILAIRES DE TROUVER PLUS FACILEMENT VOS PUBLICATIONS VIA DES RECHERCHES ET D'EXPLORER DES PAGES. DES HASHTAGS CORRECTEMENT CHOISIS PEUVENT ENTRAÎNER UNE AUGMENTATION DES LIKES. DES COMMENTAIRES ET DES PARTAGES À MESURE QUE LES UTILISATEURS DÉCOUVRENT VOTRE CONTENU ET INTERAGISSENT AVEC LUI.

LA LIMITE DE HASHTAG PAR PUBLICATION EST DE 30. ESSAYEZ D'EN UTILISER AUTANT QUE POSSIBLE. SI VOUS AVEZ DU MAL À TROUVER DES HASHTAGS PERTINENTS. IL EST PRÉFÉRABLE D'EN UTILISER MOINS PLUTÔT QUE DES HASHTAGS ALÉATOIRES. CELA VOUS FERA ENCORE PLUS MAL. SI VOUS AVEZ BESOIN D'INSPIRATION. CONSULTEZ D'AUTRES PAGES DE VOTRE NICHE ET VOYEZ QUELS HASHTAGS ELLES UTILISENT.

VOICI COMMENT MAXIMISER LEUR EFFICACITÉ :

1. RECHERCHE : IDENTIFIEZ LES HASHTAGS PERTINENTS ET TENDANCES AU SEIN DE VOTRE NICHE À L'AIDE D'OUTILS TELS QUE HASHTAGIFY OU DES FONCTIONS DE RECHERCHE NATIVES DE LA PLATEFORME.

2. CRÉEZ DES HASHTAGS DE MARQUE : DÉVELOPPEZ DES HASHTAGS DE MARQUE UNIQUES QUI TROUVENT UN ÉCHO AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC ET ENCOURAGEZ TOUT LE MONDE À LES UTILISER DANS LEURS PUBLICATIONS.

3. MIX AND MATCH : UTILISEZ UNE COMBINAISON DE HASHTAGS POPULAIRES. TENDANCES ET SPÉCIFIQUES À UNE NICHE POUR ÉLARGIR VOTRE PORTÉE TOUT EN RESTANT CONNECTÉ À VOTRE NICHE.

COLLABORATIONS

LES COLLABORATIONS AVEC DES PAIRS, DES INFLUENCEURS OU DES ENTREPRISES COMPLÉMENTAIRES PEUVENT ÊTRE BÉNÉFIQUES. CONSIDÉRER :

CRITÈRES : ASSOCIEZ-VOUS À D'AUTRES POUR DES MENTIONS DANS LES PUBLICATIONS DE CHACUN. LA COMMUNAUTÉ DU MARKETING NUMÉRIQUE/MRR EN GÉNÉRAL EST PLUTÔT FAVORABLE !

CONTENU COLLABORATIF : CO-CRÉEZ DU CONTENU OU PARTICIPEZ À DES CAMPAGNES COMMUNES.

PROMOTIONS CROISÉES : PARTAGEZ LE CONTENU DE CHACUN POUR PRÉSENTER À VOTRE PUBLIC DE NOUVELLES PERSPECTIVES.

INSTAGRAM EST UNE APPLICATION DE MÉDIAS SOCIAUX. C'EST LITTÉRALEMENT LE BUT DE L'APPLICATION... ÊTRE SOCIALE ! UTILISEZ-LE POUR RÉSEAUTER AVEC DES GENS. C'EST UNE RUE À DOUBLE SENS ET INSTAGRAM VOUS RÉCOMPENSERA POUR L'AVOIR PARCOURU.



STRATÉGIES DE CROISSANCE

PLUS DE VUES SUR NOS PUBLICATIONS = PLUS DE VENTES = PLUS D'IMPACT.

UNE BONNE STRATÉGIE DE CROISSANCE CONSISTE À VISER...

2-3 REELS PAR JOUR
DEUX REELS PAR JOUR SONT IDÉAUX POUR LA CROISSANCE DU COMPTE. ASSUREZ-VOUS CEPENDANT DE VOUS ADRESSER À VOTRE PUBLIC. NE VOUS CONTENTEZ PAS DE PUBLIER DU CONTENU JUSTE POUR LE PUBLIER. SI VOUS VOUS SENTEZ OBLIGÉ DE LE FAIRE. IL EST PRÉFÉRABLE DE NE PAS PUBLIER DU TOUT JUSQU'À CE QUE VOUS AYEZ QUELQUE CHOSE DE VALEUR À PUBLIER ! J'AI REMARQUÉ UNE ÉNORME AUGMENTATION DE L'ENGAGEMENT LORSQUE J'AI COMMENCÉ À PARLER DIRECTEMENT À MON PUBLIC CIBLE ET QUE J'AI COMMENCÉ À AJOUTER DE LA VALEUR.

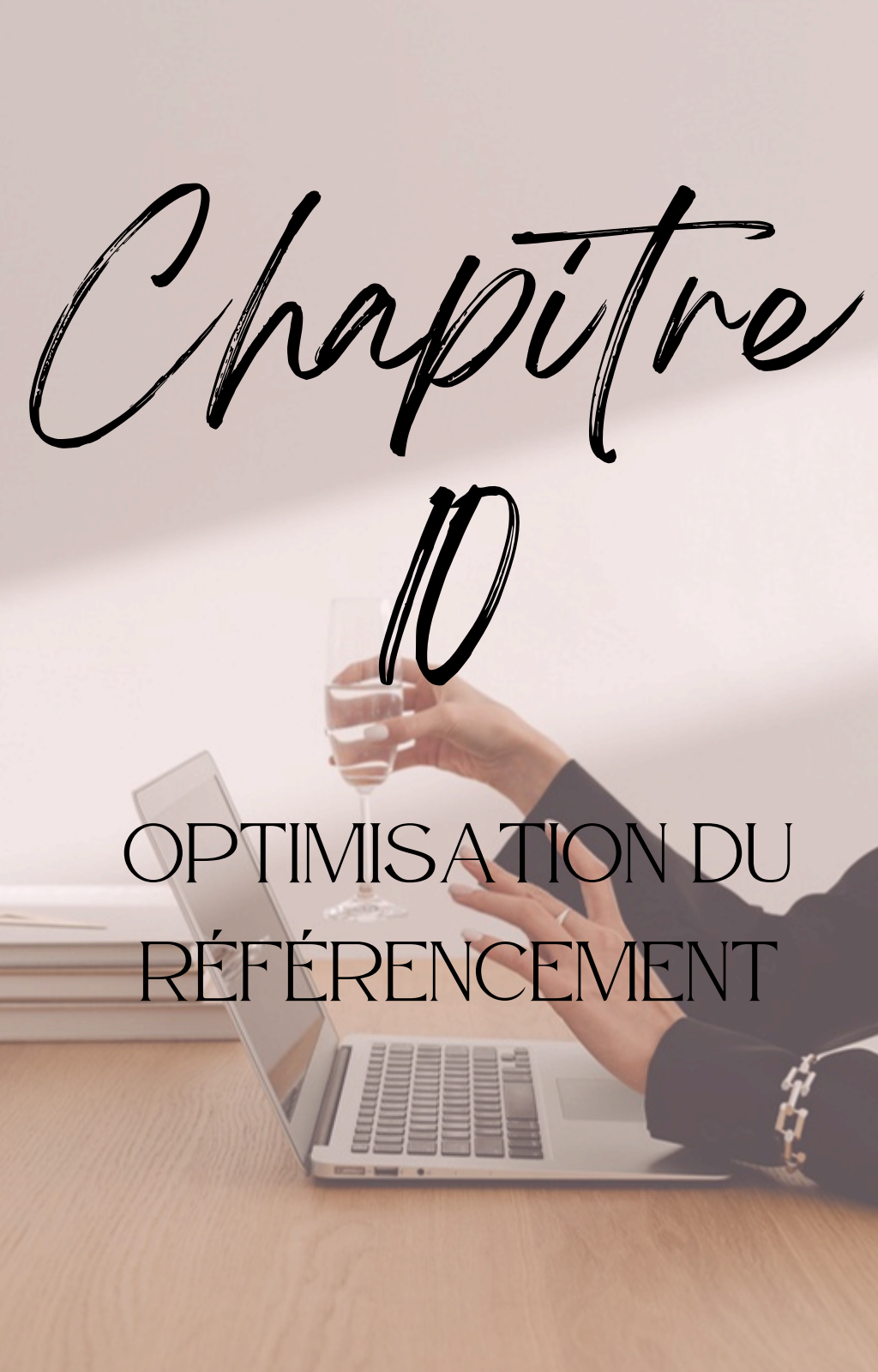
6 À 10 STORIES PAR JOUR
VOS STORIES DOIVENT ÊTRE INTENTIONNELLES ET NE COMPORTER QU'ENVIRON 6 À 10 DIAPOSITIVES CHAQUE JOUR. JE NE SAIS PAS POUR VOUS. MAIS QUAND JE VOIS MILLE PETITS TRAITS SUR L'ÉCRAN DANS LES HISTOIRES DE QUELQU'UN. JE SORS.

INTERAGISSEZ 10 MIN AVANT ET APRÈS LA PUBLICATION DE REELS OU DE TOUT CONTENU

PASSEZ 50 % DE CE TEMPS À COMMENTER LES PUBLICATIONS/REELS (OU À AIMER ET À RÉPONDRE AUX COMMENTAIRES SUR VOTRE PROPRE CONTENU). ET 50 % À INTERAGIR AVEC LES STORIES DE VOS ABONNÉS. JE PENSE QUE C'EST TRÈS IMPORTANT À FAIRE SI VOUS DÉBUTEZ TOUT JUSTE AVEC UN NOUVEAU COMPTE OU SI VOUS AVEZ UN TRÈS PETIT NOMBRE D'ABONNÉS.

Chapitre 10

OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT



OPTIMISATION DU CONTENU POUR LES MOTEURS DE RECHERCHE

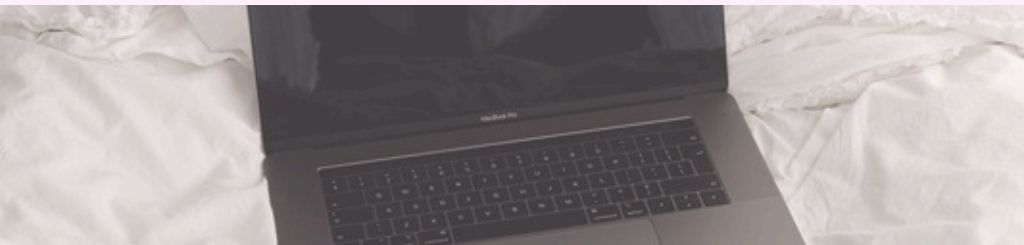
L'OPTIMISATION DES MOTEURS DE RECHERCHE (SEO) EST UN ENSEMBLE DE PRATIQUES ET DE STRATÉGIES VISANT À AMÉLIORER LA VISIBILITÉ ET LE CLASSEMENT D'UN SITE WEB OU D'UN CONTENU EN LIGNE DANS LES RÉSULTATS DES MOTEURS DE RECHERCHE TELS QUE GOOGLE OU INSTAGRAM.

RECHERCHE DE MOTS CLÉS : IDENTIFIEZ LES MOTS CLÉS ET LES EXPRESSIONS PERTINENTS POUR VOTRE NICHE. VOTRE CONTENU ET VOTRE PUBLIC CIBLE.

SEO SUR LA PAGE : OPTIMISEZ VOTRE CONTENU EN PLAÇANT DES MOTS-CLÉS DE MANIÈRE STRATÉGIQUE DANS LES TITRES. LES EN-TÊTES ET TOUT AU LONG DE VOTRE CONTENU.

BALISES MÉTA : CRÉEZ DES MÉTA-TITRES ET DES DESCRIPTIONS CONVAINCANTS POUR ATTIRER LES CLICS À PARTIR DES RÉSULTATS DE RECHERCHE.

CONTENU DE QUALITÉ : GOOGLE RÉCOMPENSE LE CONTENU DE HAUTE QUALITÉ. INFORMATIF ET PRÉCIEUX. CRÉEZ DU CONTENU QUI RÉPOND AUX BESOINS. AUX PRÉOCCUPATIONS ET AUX QUESTIONS DE VOTRE PUBLIC.



TECHNIQUES DE RECHERCHE DE MOTS CLÉS

UNE RECHERCHE EFFICACE DE MOTS CLÉS EST LA BASE DU SUCCÈS EN MATIÈRE DE RÉFÉRENCEMENT. VOICI QUELQUES CONSEILS SUR LA FAÇON D'EFFECTUER UNE RECHERCHE DE MOTS CLÉS EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE :

MOTS-CLÉS DE DÉPART : COMMENCEZ PAR QUELQUES MOTS-CLÉS DE DÉPART LIÉS À VOTRE NICHE OU À VOTRE SUJET. PAR EXEMPLE. GAGNER DE L'ARGENT EN LIGNE. DES REVENUS PASSIFS. DU MARKETING NUMÉRIQUE. DES PRODUITS NUMÉRIQUES. DU TRAVAIL À DOMICILE. ETC.

MOTS-CLÉS À LONGUE TRAÎNE : UTILISEZ DES MOTS-CLÉS À LONGUE TRAÎNE (DES PHRASES CONTENANT PLUS DE MOTS) QUI REFLÈTENT DES QUESTIONS OU DES PRÉOCCUPATIONS SPÉCIFIQUES QUE VOTRE PUBLIC PEUT AVOIR. PAR EXEMPLE. COMMENT DEVENIR MON PROPRE PATRON. COMMENT GAGNER DE L'ARGENT EN LIGNE. COMMENT GAGNER DE L'ARGENT SANS MONTRER MON VISAGE. COMMENT VENDRE DES PRODUITS NUMÉRIQUES SANS MONTRER MON VISAGE. ETC.

OUTILS DE MOTS CLÉS : UTILISEZ DES OUTILS DE RECHERCHE DE MOTS CLÉS TELS QUE GOOGLE KEYWORD PLANNER. UBERSUGGEST OU SEMRUSH POUR DÉCOUVRIR DES MOTS CLÉS ASSOCIÉS.

ANALYSE DES CONCURRENTS : ANALYSEZ LE CONTENU DE VOS CONCURRENTS POUR DÉCOUVRIR LES MOTS-CLÉS QU'ILS CIBLENT ET IDENTIFIER LES LACUNES.

CRÉER DES BACKLINKS DE QUALITÉ DE MANIÈRE ANONYME

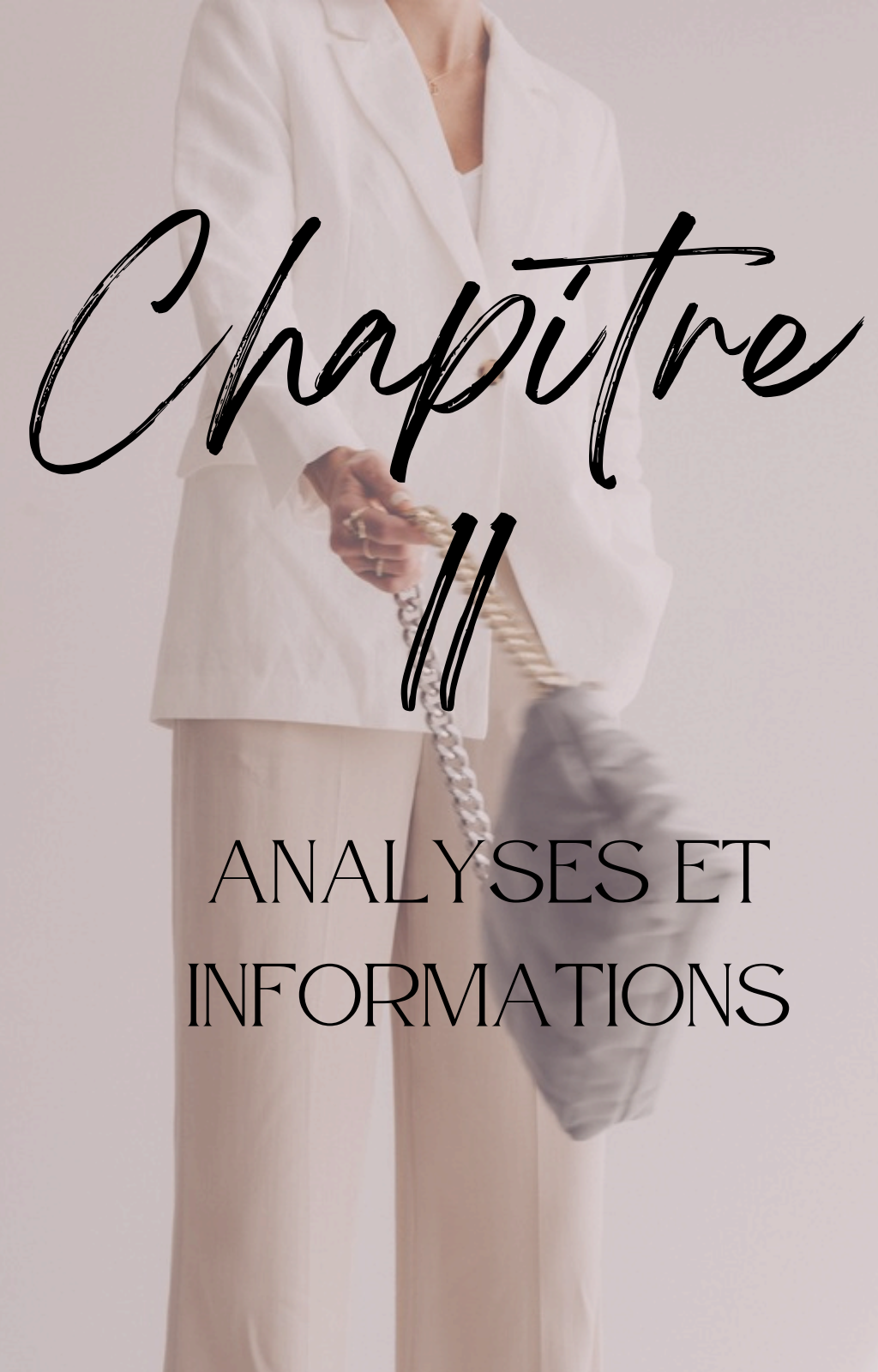
LES BACKLINKS, OU LIENS PROVENANT D'AUTRES SITES WEB QUI RENVOIENT VERS VOTRE CONTENU, JOUENT ÉGALEMENT UN RÔLE IMPORTANT DANS VOTRE RÉFÉRENCEMENT. POUR CRÉER DES BACKLINKS DE QUALITÉ SANS DÉVOILER VOTRE VISAGE :

LIENS VERS DES RESSOURCES : CRÉEZ UN CONTENU INFORMATIF PRÉCIEUX AUQUEL D'AUTRES SOUHAITENT NATURELLEMENT CRÉER UN LIEN EN TANT QUE RESSOURCE. PAR EXEMPLE, VOUS POUVEZ UTILISER PINTEREST, QUI EST UN OUTIL FORMIDABLE QUE LES SPÉCIALISTES DU MARKETING NUMÉRIQUE (EN PARTICULIER LES SPÉCIALISTES DU MARKETING SANS VISAGE) DEVRAIENT UTILISER POUR GÉNÉRER DU TRAFIC VERS LEURS OFFRES.

PROMOTION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : PARTAGEZ VOTRE CONTENU SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR AUGMENTER SA VISIBILITÉ ET LA PROBABILITÉ QUE D'AUTRES LE PARTAGENT.

L'ALGORITHME DE RECHERCHE D'INSTAGRAM EST CONÇU POUR CONNECTER LES UTILISATEURS AVEC DU CONTENU PERTINENT. IL PREND EN COMPTE DIVERS FACTEURS TELS QUE LES MOTS-CLÉS, LES INTERACTIONS DES UTILISATEURS ET LA PERTINENCE DU CONTENU POUR FOURNIR DES RÉSULTATS DE RECHERCHE. CELA SIGNIFIE QUE L'OPTIMISATION DE VOTRE CONTENU POUR LA RECHERCHE PEUT AVOIR UN IMPACT SIGNIFICATIF SUR VOTRE VISIBILITÉ.

NEWSLETTERS : PUBLIEZ DES NEWSLETTERS OU DES CAMPAGNES LIÉES À VOTRE NICHE ET À VOS OFFRES - C'EST CE QUE JE FAIS POUR LE PUBLIC QUI A CHOISI DE PARTICIPER À MA CAMPAGNE PAR E-MAIL VIA MON E-BOOK GRATUIT.



Chapitre II

ANALYSES ET INFORMATIONS

ANALYSES ET APERÇUS

HORAIRES DE PUBLICATION

LES ANALYSES ET LES INFORMATIONS SONT LA BOUSSOLE QUI GUIDE VOS EFFORTS. VOUS AIDANT À COMPRENDRE VOTRE AUDIENCE. À AFFINER VOS STRATÉGIES ET À PRENDRE DES DÉCISIONS BASÉES SUR LES DONNÉES.

LE TABLEAU DE BORD INSIGHTS PRÉSENTE UN APERÇU DE L'ACTIVITÉ DU COMPTE. DES DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES DE L'AUDIENCE ET DES PERFORMANCES DU CONTENU. FAMILIARISEZ-VOUS AVEC CE TABLEAU DE BORD CAR IL SERA VOTRE GUIDE VERS LE SUCCÈS.

L'ANALYSE DE VOTRE TEMPS DE PUBLICATION EST L'UNE DES MEILLEURES FONCTIONNALITÉS À UTILISER POUR DÉTERMINER QUAND PUBLIER POUR UN MEILLEUR ENGAGEMENT.

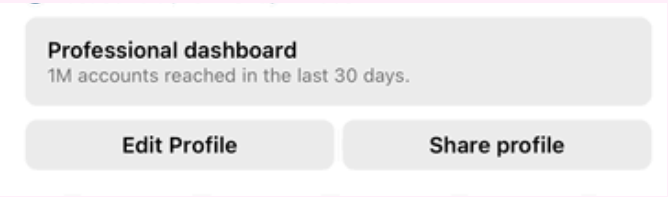
CELA VOUS INDIQUERA QUAND VOTRE PUBLIC EST LE PLUS ACTIF ET S'ENGAGE AVEC VOTRE CONTENU. CE QUE NOUS VOULONS ÉVIDEMMENT ICI CAR PLUS D'ENGAGEMENT = PLUS D'YEUX SUR VOTRE CONTENU (VISIBILITÉ ACCRUE) = CROISSANCE.

ANALYSES ET APERÇUS

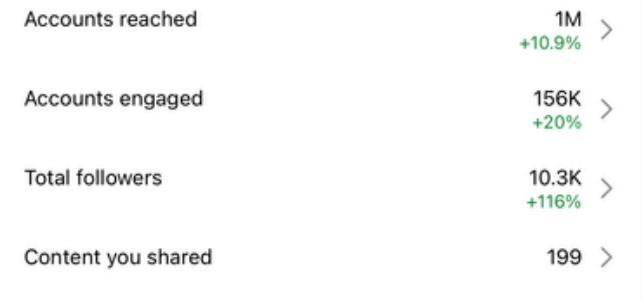
POUR VÉRIFIER CES INFORMATIONS. VOUS DEVEZ PASSER À UN COMPTE PROFESSIONNEL.

PERMETTEZ-MOI DE SUIVRE UN PROCESSUS RAPIDE. ÉTAPE PAR ÉTAPE.

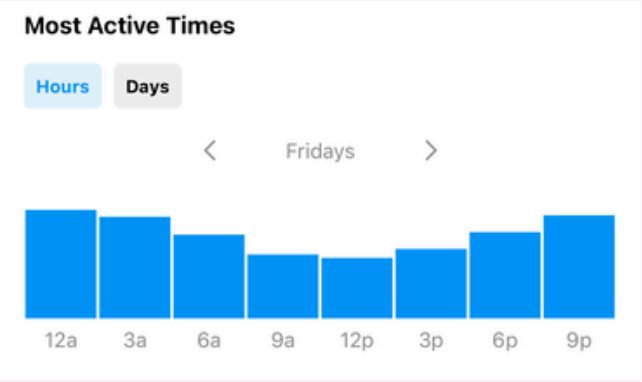
1. CLIQUEZ SUR LE TABLEAU DE BORD PROFESSIONNEL



2. CLIQUEZ SUR NOMBRE TOTAL D'ABONNÉS



3. CE SONT VOS MOMENTS LES PLUS ACTIFS



ANALYSES ET APERÇUS

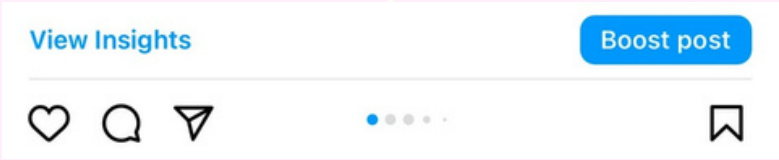
PERFORMANCES DU CONTENU ÉTAPE PAR ÉTAPE

1. APRÈS L'ENGAGEMENT
ANALYSEZ LES PUBLICATIONS QUI SUSCITENT UN FORT ENGAGEMENT ET DÉCORTIQUEZ LES ÉLÉMENTS QUI CONTRIBUENT À LEUR SUCCÈS.

2. IMPRESSIONS ET PORTÉE

FAITES LA DISTINCTION ENTRE LES IMPRESSIONS (À QUELLE FRÉQUENCE VOTRE CONTENU EST AFFICHÉ) ET LA PORTÉE (LES SPECTATEURS UNIQUES). UN NOMBRE D'IMPRESSIONS ÉLEVÉ INDIQUE QUE VOTRE CONTENU EST VU PLUSIEURS FOIS. TANDIS QU'UNE PORTÉE CROISSANTE SIGNIFIE ÉLARGIR VOTRE AUDIENCE.

POUR ACCÉDER À CES INFORMATIONS. ACCÉDEZ À LA PUBLICATION QUE VOUS SOUHAITEZ ANALYSER ET CLIQUEZ SUR AFFICHER LES INFORMATIONS.



ANALYSE DES DONNEES ET KPI'S

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE CLÉS (KPI) ET LES MESURES SONT LA BOUSSOLE QUI GUIDE VOS EFFORTS DE MARKETING NUMÉRIQUE. EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE. IL EST ESSENTIEL QUE VOUS SUIVIEZ LES BONS INDICATEURS POUR ACCÉDER À VOTRE SUCCÈS :

Trafic du site Web : surveillez le nombre de visiteurs sur votre site Web.

Taux de conversion : mesurez le pourcentage de visiteurs par rapport à ceux qui effectuent l'action souhaitée, comme s'inscrire à votre liste de diffusion ou effectuer un achat.

Mesures d'engagement : suivez des mesures telles que les likes, les commentaires, les partages et les taux de clics sur vos réseaux sociaux et votre contenu.

Performances des e-mails : analysez les taux d'ouverture, les taux de clics et les taux de conversion de vos campagnes par e-mail.

Classements SEO : gardez un œil sur le classement des moteurs de recherche de votre site Web pour les mots-clés cibles.

OUTILS POUR L'ANALYSE ANONYME

LES OUTILS D'ANALYSE SUIVANTS VOUS AIDERONT À RECUEILLIR DES DONNÉES SUR LE SUCCÈS DE VOS EFFORTS DE MARKETING NUMÉRIQUE :

Google Analytics : un outil puissant pour suivre le trafic des sites Web et le comportement des utilisateurs. Si vous utilisez Systeme.io ou Stan Store, vous pouvez également voir ces informations.

Informations sur les réseaux sociaux : des plateformes comme Instagram, Pinterest et Facebook fournissent des informations sur l'engagement de votre public.

Plateformes de marketing par e-mail : la plupart des services de marketing par e-mail proposent des rapports détaillés sur les performances des campagnes par e-mail (par exemple, à quelle fréquence les e-mails sont ouverts, cliqués, etc.)

Outils de référencement : des outils comme SEMrush ou Moz peuvent vous aider à suivre le classement des mots clés et les performances du site Web.

PRENDRE DES DÉCISIONS BASÉES SUR LES DONNÉES

LES DONNÉES SANS ACTION NE SONT QUE DES CHIFFRES. UTILISEZ LES INFORMATIONS RECUEILLIES GRÂCE À VOS ANALYSES POUR PRENDRE DES DÉCISIONS ÉCLAIRÉES.

Stratégie de contenu : identifiez les types de contenu qui trouvent un écho auprès de votre public et concentrez-vous sur sa production accrue.

Public cible : affinez le ciblage de votre audience en fonction des données pour atteindre les personnes les plus susceptibles d'interagir avec votre contenu.

Tests A/B : expérimentez différentes approches et analysez les données pour déterminer quelles stratégies fonctionnent le mieux.

Itérer et améliorer : renouvelez continuellement vos données et ajustez vos efforts de marketing numérique.

EN MESURANT VOTRE SUCCÈS AVEC LES BONS INDICATEURS ET EN UTILISANT LES DONNÉES POUR PRENDRE DES DÉCISIONS ÉCLAIRÉES. VOUS POUVEZ AFFINER VOTRE STRATÉGIE DE MARKETING NUMÉRIQUE ET ATTEINDRE VOS OBJECTIFS !



Chapitre 12

MONÉTISER VOTRE TRAVAIL

MONÉTISER VOTRE TRAVAIL

EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE. VOTRE CAPACITÉ À MONÉTISER VOTRE TRAVAIL ET À GÉNÉRER DES REVENUS EST TOUT AUSSI RÉALISABLE QUE POUR CEUX QUI RÉVÈLENT LEUR VISAGE. MÊME SI CELA PEUT PRENDRE UN PEU PLUS DE TEMPS POUR DÉVELOPPER LA CONFIANCE AVEC VOTRE PUBLIC. JE VOUS PROMETS QUE VOUS Y ARRIVEREZ TANT QUE VOUS CONTINUEZ ET RESTEZ COHÉRENT !

DANS CE CHAPITRE. NOUS EXPLORERONS LES DIFFÉRENTES SOURCES DE REVENUS QUI VOUS AIDERONT À MONÉTISER VOS EFFORTS DE MARKETING NUMÉRIQUE EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING SANS VISAGE.



DIFFÉRENTS FLUX DE REVENUS

IL PEUT ÊTRE UTILE DE METTRE EN PLACE DIFFÉRENTES SOURCES DE REVENUS CAR C'EST LE MEILLEUR MOYEN D'ASSURER LA STABILITÉ ET DE GÉNÉRER DES REVENUS PASSIFS SANS LIMITES !

Marketing d'affiliation : faites la promotion de produits ou de services liés à votre niche et gagnez des commissions pour chaque vente ou prospect généré par votre référence. Vous pouvez facilement le faire si vous utilisez StanStore ou Systeme.io. Un lien d'affiliation vous est fourni lorsque vous vous inscrivez sur ces sites.

Vendre plusieurs produits numériques : créez et vendez plusieurs produits tels que des livres électroniques, des cours en ligne, des modèles ou des outils logiciels qui répondent aux besoins de votre public. Ce serait une bonne idée d'avoir des produits allant de 27 à 497 euros.

Conseil et coaching : Proposez des services de conseil ou de coaching privé liés à votre expertise de niche. Ces services peuvent être fournis via des appels vidéo ou des communications textuelles. Ce service ajoute également une touche supplémentaire d'authenticité et vous permet d'établir des liens avec votre public.

Sites d'adhésion : lancez un site d'adhésion ou une zone de contenu premium sur votre site Web, où les abonnés paient pour un accès exclusif au contenu et aux ressources premium en plus d'un accès personnel supplémentaire à vous et à vos connaissances.

Revenus publicitaires : vous pouvez également générer des revenus grâce à la publicité sur votre site Web ou sur les réseaux sociaux.



VENDRE DES PRODUITS/SERVICES NUMÉRIQUES

CRÉER ET VENDRE DES PRODUITS OU SERVICES NUMÉRIQUES VOUS PERMET DE TIRER PARTI DE VOTRE EXPERTISE SANS RÉVÉLER VOTRE VISAGE. VOICI COMMENT EXCELLER DANS CETTE SOURCE DE REVENUS :

Identifiez les besoins de votre public : développez des produits et des services qui répondent aux défis/points faibles et aux besoins spécifiques de votre niche.

Page de vente efficace : vous souhaitez que votre page de vente soit convaincante et informative. Mettez en valeur la valeur de vos produits/services et incluez des témoignages de clients pour renforcer la confiance.

Entonnoirs de vente automatisés : configurez des entonnoirs de vente automatisés qui guident les clients potentiels de la sensibilisation à l'achat.

Marketing par e-mail : utilisez le marketing par e-mail et l'automatisation pour entretenir des prospects et fournir de la valeur, ce qui peut essentiellement amener vos clients à acheter vos produits/services.

LA PUISSANCE DES DM

VOS DM PRÉSENTENT UNE OPPORTUNITÉ EN OR D'INTERAGIR AVEC VOS ABONNÉS À UN NIVEAU PERSONNEL. CONTACTEZ-LES AVEC DES MESSAGES PERSONNALISÉS. EXPRIMEZ VOTRE GRATITUDE POUR LEUR SOUTIEN OU DEMANDEZ LEUR AVIS. ENTAMER DES CONVERSATIONS ÉTABLIT UNE RELATION QUI TRANSCENDE LE SUPERFICIEL. CONDUISANT À UNE LOYAUTÉ ET UN PLAIDOYER ACCRUS.

COMMENT POUVEZ-VOUS TIRER PARTI DE VOS DM POUR GAGNER DE L'ARGENT ?
NOURRISSEZ LES PROSPECTS ET LES VENTES EN INTERAGISSANT AVEC LES CLIENTS POTENTIELS EN RÉPONDANT À LEURS QUESTIONS, PRÉOCCUPATIONS ET OBJECTIONS DE MANIÈRE PERSONNELLE. ADAPTER VOTRE APPROCHE AUX BESOINS INDIVIDUELS PEUT AUGMENTER CONSIDÉRABLEMENT VOS TAUX DE CONVERSION.

LES RÉPONSES AUX STORIES LANCENT SOUVENT DES CONVERSATIONS EN TÊTE-À-TÊTE. EN RÉPONDANT SINCÈREMENT ET EN ENCOURAGEANT LE SUIVI. VOUS POUVEZ TRANSFORMER CES INTERACTIONS EN LIENS DURABLES. LES DM SONT PLUS QU'UNE SIMPLE FONCTIONNALITÉ DE COMMUNICATION : ILS SONT UNE CENTRALE ÉLECTRIQUE POUR FORGER DES LIENS, ÉTABLIR DES RELATIONS ET ACCÉLÉRER LA CROISSANCE D'INSTAGRAM.

N'OUBLIEZ PAS DE GARDER VOTRE APPROCHE AUTHENTIQUE. AUTHENTIQUE ET AXÉE SUR LA CRÉATION DE VALEUR : C'EST L'INGRÉDIENT SECRET POUR LIBÉRER LE VÉRITABLE POTENTIEL DE VOS DM INSTAGRAM.



Chapitre 13

PUBLICITÉ PAR E-MAIL



VENDRE PAR EMAILS

UNE LISTE DE DIFFUSION PEUT ÊTRE TRÈS PUISSANTE POUR VOTRE ENTREPRISE. IL VOUS OFFRE UNE LIGNE DE COMMUNICATION DIRECTE AVEC VOTRE PUBLIC QUI NE DÉPEND PAS DES MÉDIAS SOCIAUX ET DE LEURS ALGORITHMES.

AVEC UN FLUX DE COURRIER ÉLECTRONIQUE BIEN RÉDIGÉ QUI EST ENVOYÉ À CETTE LISTE. VOUS POUVEZ ÉTABLIR LA CONFIANCE ET CONVERTIR LES PROSPECTS EN CLIENTS PAYANTS AVEC FACILITÉ ET AUTOMATISATION.

ALORS COMMENÇONS À LE CONSTRUIRE !

E-BOOK GRATUIT

LA MEILLEURE FAÇON D'ATTIRER DES PROSPECTS DANS VOTRE ENTONNOIR DE VENTE EST DE CRÉER UN AIMANT À PROSPECTS (AKA UNE OFFRE GRATUITE RELATIVE À VOTRE NICHE).

POSEZ-VOUS DEUX CHOSES AVANT DE DÉCIDER QUELLE SERA VOTRE OFFRE :

1) QUEL EST VOTRE MARCHÉ CIBLE ET QU'EST-CE QUI L'INTÉRESSE ?
2) QUEL PROBLÈME POUVEZ-VOUS RÉSOUDRE POUR VOTRE MARCHÉ CIBLE ?

LE BUT DE L'OFFRE GRATUITE N'EST PAS DE DÉVOILER GRATUITEMENT TOUS VOS « SECRETS ». LE BUT EST D'OFFRIR SUFFISAMMENT DE VALEUR À VOS CLIENTS POTENTIELS POUR LES FAMILIARISER AVEC CERTAINES DE VOS AUTRES OFFRES ET COMMENT ILS POURRAIENT POTENTIELLEMENT LES AIDER.

EXEMPLES

- UN GUIDE PRÉSENTANT 5 FAÇONS DE FAIRE QUELQUE CHOSE (5 FAÇONS DE GAGNER DE L'ARGENT DEPUIS CHEZ SOI. 5 FAÇONS DE GAGNER DES ABONNÉS INSTAGRAM. 5 RECETTES HYPERPROTÉINÉES. ETC.)
- UN MINI-EBOOK AVEC VOS PROMPT CHATGPT PRÉFÉRÉES
- 50 HOOKS PAR EXEMPLE

COMMENT FAIRE DE LA PUBLICITÉ POUR VOTRE AIMANT PRINCIPAL

- PUBLIEZ-EN SOUVENT EN CRÉANT UN CTA (APPEL À L'ACTION) À LA FIN D'UN REEL.
- EXEMPLE : « COMMENTEZ « MOI » CI-DESSOUS ET JE VOUS ENVERRAI MON GUIDE GRATUIT EXPLIQUANT EXACTEMENT COMMENT PROCÉDER ! » OU "ENVOYEZ-MOI LE MOT "GUIDE" ET JE VOUS ENVERRAI MON FREEBIE QUI VOUS AIDERA À DÉMARRER DÈS AUJOURD'HUI !"
- PLUS VOUS POUVEZ OFFRIR DE VALEUR GRATUITE. PLUS VOUS AUREZ DE PROSPECTS. LES ROULEAUX LORSQUE VOUS ÊTES NOUVEAU ET DÉBUTANT DEVRAIENT ÊTRE VALEUR. VALEUR. VALEUR. VALEUR. OFFRE. VALEUR. VALEUR. VALEUR. VALEUR. OFFRE. PLUS DE VALEUR = PLUS DE LEADS = PLUS DE CLIENTS POTENTIELS !

CANVA EST UN EXCELLENT OUTIL POUR VOUS AIDER À CRÉER DE BELLES CHOSES COMME DES EBOOKS. DES GUIDES. DES MODÈLES. DES JOURNAUX. DES LISTES DE CONTRÔLE. DES BROCHURES. ETC.

LES MODÈLES D'EBOOKS SUR CANVA SONT PARFAITS ET FACILES À UTILISER.

SI VOUS PROPOSEZ UN GUIDE/EBOOK GRATUIT. METTEZ UN TEXTE DE PRÉSENTATION SUR VOTRE OFFRE PAYANTE SUR LA DERNIÈRE PAGE. N'OUBLIEZ PAS D'INCLURE LE PROBLÈME QUE VOTRE PRODUIT/SERVICE PEUT RÉSOUDRE POUR EUX ! ASSUREZ-VOUS QUE VOTRE MESSAGE EST TOUJOURS AXÉ SUR LE CLIENT ET SUR LA RÉSOLUTION DE SON PROBLÈME.

EXEMPLE « SI VOUS VOUS SENTEZ PRÊT À COMMENCER À MONÉTISER VOTRE EXPERTISE MAIS QUE VOUS PENSEZ TOUJOURS QUE VOUS POURRIEZ UTILISER DES RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES OU SI VOUS PRÉFÉREZ TIRER PARTI D'UN PRODUIT FAIT POUR VOUS. JE SUIS LÀ POUR VOUS ! (INSÉREZ LE LIEN DE VOTRE OFFRE PAYANTE VERS LA PAGE D'INFORMATIONS DE VOTRE SITE WEB).



CRÉER DES CAMPAGNES E-MAIL EFFICACES

DES CAMPAGNES PAR E-MAIL EFFICACES SONT CRUCIALES POUR UN MARKETING PAR E-MAIL RÉUSSI. QUE VOUS FASSIEZ LA PROMOTION DE VOS PRODUITS NUMÉRIQUES. PARTAGEZ DES INFORMATIONS ET DU CONTENU PRÉCIEUX. OU QUE VOUS ENTRETENIEZ DES PROSPECTS. IL EST EXTRÊMEMENT IMPORTANT DE CRÉER DES CAMPAGNES PAR E-MAIL CONVAINCANTES :

Segmentation : une stratégie clé consiste à diviser votre liste de diffusion en segments en fonction des données démographiques, des intérêts ou des niveaux d'engagement. Ceci est important car tous vos abonnés n'ont pas les mêmes intérêts et préférences. La segmentation vous permet d'envoyer du contenu ciblé.

Personnalisation : assurez-vous de personnaliser vos e-mails avec le nom du destinataire et d'adapter le contenu à ses préférences.

Lignes d'objet accrocheurs : rédigez des lignes d'objet accrocheuses qui encouragent les participants à ouvrir vos e-mails.

Appel à l'action clair : chaque e-mail doit contenir un élément clair et exploitable (appel à l'action) - il peut s'agir d'un lien qui dirige votre public vers votre site Web, pour télécharger une ressource ou pour effectuer un achat.

Optimisation mobile : assurez-vous que vos e-mails répondent à différentes tailles d'écran et sont adaptés aux mobiles. *C'est essentiel car de nombreux destinataires accèdent à leurs e-mails directement depuis leur smartphone.



CONSTRUIRE ET SEGMENTER VOTRE LISTE EMAIL

VOTRE LISTE DE DIFFUSION EST UN ATOUT PRÉCIEUX POUR VOTRE ENTREPRISE DE MARKETING NUMÉRIQUE. VOICI QUELQUES CONSEILS SUR LA FAÇON DONT VOUS POUVEZ CRÉER ET SEGMENTER VOTRE LISTE DE DIFFUSION DE MANIÈRE EFFICACE ET EFFICIENTE :

Formulaires d'inscription : créez des formulaires d'inscription conviviaux sur votre site Web ou vos pages de destination pour capturer les adresses e-mail des personnes que vous utiliserez pour vos newsletters et campagnes.

Lead Magnets : offrez des incitations précieuses telles que des ebooks, des guides ou du contenu exclusif en échange d'inscriptions par e-mail. Par exemple, j'ai mon classeur Branding Planner.

Critères de segmentation : segmentez votre liste de diffusion en fonction de facteurs tels que l'emplacement, l'historique des achats ou le niveau d'engagement.

Automatisation : configurez des séquences d'e-mails automatisées pour entretenir des prospects et établir des relations au fil du temps. Cette stratégie est utile pour gagner la confiance de vos clients potentiels.

AUTOMATISATIONS DE COURRIEL

L'AUTOMATISATION DES E-MAILS VOUS FAIT NON SEULEMENT GAGNER DU TEMPS. MAIS ELLE FAIT ÉGALEMENT UNE ÉNORME DIFFÉRENCE POUR LES SPÉCIALISTES DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE ET POUR TOUTES LES ENTREPRISES !
L'AUTOMATISATION DES E-MAILS VOUS AIDE À MAINTENIR LA COHÉRENCE ET À INTERAGIR AVEC VOTRE PUBLIC SANS ÊTRE CONSTAMMENT PRÉSENT. CES E-MAILS FONCTIONNENT EN PILOTE AUTOMATIQUE POUR VOUS !

Série de bienvenue : créez des e-mails de bienvenue automatisés pour les nouveaux abonnés afin de présenter votre marque et de fournir un contenu précieux.

Série d'e-mails automatisés : développez une série d'e-mails automatisés qui nourrissent les prospects et guident votre public tout au long du parcours client. Par exemple, lorsqu'un client reçoit votre cadeau, votre campagne peut présenter une offre à faible coût, comme un ebook ou un guide, puis une offre à prix élevé, comme un cours.

E-mails basés sur le comportement : configurez des déclencheurs basés sur le comportement des utilisateurs, tels que des paniers abandonnés ou des interactions spécifiques sur votre site Web.

Contenu spécifique à un segment : utilisez l'automatisation pour envoyer du contenu adapté à chaque segment de votre liste de diffusion.

Analyses et optimisation : surveillez en permanence les performances des e-mails et apportez des ajustements à vos campagnes en fonction des données.



LE MARKETING PAR E-MAIL EST L'UN DES MEILLEURS OUTILS POUR ÉTABLIR ET ENTRETENIR DES RELATIONS AVEC VOTRE PUBLIC. C'EST PARTICULIÈREMENT IMPORTANT CAR NOUS SOMMES UNE MARQUE SANS VISAGE ! VOUS DEVEZ CONSTAMMENT MONTRER À VOTRE PUBLIC QU'IL Y A BEL ET BIEN UN VÉRITABLE ÊTRE HUMAIN DERRIÈRE L'ÉCRAN. AVEC CES STRATÉGIES. VOUS POUVEZ VOUS CONNECTER AVEC VOS ABONNÉS ET GÉNÉRER DES CONVERSIONS TOUT EN RESTANT DERRIÈRE L'ÉCRAN.



FLUX DE COURRIER ÉLECTRONIQUE

LE CODE POUR DES TAUX D'OUVERTURE ET DE CONVERSION ÉLEVÉS ?

DÉVOILONS LES SECRETS DE LA CRÉATION DE LIGNES D'OBJET D'E-MAILS CONVAINCANTES. D'ACCORD ? DANS UN MONDE OÙ LES BOÎTES DE RÉCEPTION DÉBORDENT. PERSONNE N'ASPIRE À RECEVOIR DAVANTAGE D'E-MAILS. EN TANT QU'ENTREPRENEUR. VOTRE EXCELLENT E-MAIL MÉRITE DE SE DÉMARQUER. ET LA CLÉ RÉSIDE DANS LA LIGNE D'OBJET. CES QUELQUES MOTS QUI ONT LE POUVOIR DE CAPTIVER.

LIGNES D'OBJET DES E-MAILS

PERSONNALISATION:

UTILISER LE NOM DU DESTINATAIRE OU FAIRE RÉFÉRENCE À UNE INTERACTION RÉCENTE PEUT AUGMENTER CONSIDÉRABLEMENT VOTRE TAUX D'OUVERTURE. CELA SE PRÉSENTE COMME UNE PROMOTION PERSONNELLE ET NON INSISTANTE.

GARDEZ-LE VIF :

LES LIGNES LONGUES SONT SOUVENT DÉFILÉES. VISEZ DES LIGNES COURTES ET VIVES AVEC IMPACT.

PROMESSE ET LIVRAISON :

VOTRE LIGNE D'OBJET DOIT PROMETTRE QUELQUE CHOSE SUR LE CONTENU DE L'E-MAIL. PUIS TENIR CETTE PROMESSE.

ÉVITEZ DE VOUS RETROUVER DANS LE FILTRE ANTI-SPAM :

ÉVITEZ LES MOTS DÉCLENCHEURS DE SPAM TELS QUE « URGENT ». « ACHETER MAINTENANT » OU « GRATUIT ».

EXEMPLES DE LIGNES D'OBJET DE-MAIL :

DEVINE QUOI {NAME}. J'AI QUELQUE CHOSE DE SPÉCIAL POUR TOI !

DÉCOUVREZ LES SECRETS DE {SUJET SPÉCIFIQUE !} AUJOURD'HUI

POUR CES JOURS OÙ LA MOTIVATION EST NULLE

MODÈLES D'E-MAIL BONUS POUR VOUS

SUJET : VOUS L'AVEZ FAIT ! VOICI VOTRE GUIDE GRATUIT !

BONJOUR (NOM DU CLIENT).

YAY! TU L'AS FAIT! JE SUIS TRÈS HEUREUX DE PARTAGER DAVANTAGE AVEC VOUS SUR LE MARKETING NUMÉRIQUE AVEC MON (NOM DU PRODUIT).

VOICI VOTRE TÉLÉCHARGEMENT GRATUIT : (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 !

COMME TOUJOURS. JE SUIS LÀ POUR VOUS ! N'HÉSITEZ PAS À M'ENVOYER UN DM OU UN E-MAIL À TOUT MOMENT POUR TOUTE QUESTION OU SI VOUS SOUHAITEZ DISCUTER !

BRAVO. (VOTRE NOM)

OBJET : VOUS ÊTES SI PRÈS DE CRÉER VOTRE PROPRE ENTREPRISE !

BONJOUR (NOM DU CLIENT).

JE VEUX QUE VOUS SACHIEZ QUE VOUS ÊTES PLUS PRÈS D'AVOIR UNE ENTREPRISE À REVENUS PASSIFS RENTABLE QUE VOUS NE LE PENSEZ. QUE VOUS SOYEZ DÉJÀ PROPRIÉTAIRE D'UNE ENTREPRISE OU QUE VOUS N'AYEZ AUCUNE EXPÉRIENCE...

QUE VOUS TRAVAILLIEZ DE 9H À 17H OU QUE VOUS SOYEZ MÈRE AU FOYER...

QUE VOUS SOYEZ TRÈS PRÉSENT 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 SEULEMENT QUELQUES HEURES PAR SEMAINE.

ET AVEC UN PRODUIT NUMÉRIQUE DONE-FOR-YOU. VOUS N'AVEZ MÊME PAS BESOIN D'AVOIR UNE EXPERTISE PARTICULIÈRE NI DE CRÉER VOTRE PROPRE PRODUIT À PARTIR DE ZÉRO !

PRÊT À COMMENCER? VOTRE PROCHAINE ÉTAPE CONSISTE À ACHETER (NOM DU PRODUIT) ICI (INCLURE LE LIEN HYPERTEXTE).

SUJET : WAOUH ! VOICI VOTRE [NOM DU PRODUIT] !

BONJOUR [NOM DU CLIENT].

MERCI D'AVOIR ACHETÉ [NOM DU PRODUIT] ! J'AI TELLEMENT HÂTE QUE VOUS VOUS Y METTIEZ. 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 MESSAGE OU ENVOYEZ-MOI UN E-MAIL LORSQUE VOUS AUREZ L'OCCASION DE ME FAIRE SAVOIR QUE VOUS AVEZ FRANCHI CETTE ÉTAPE. JE SUIS LÀ POUR VOUS GUIDER TOUT AU LONG DE VOTRE VOYAGE ET J'AIMERAIS COMMUNIQUER ET CÉLÉBRER AVEC VOUS !

[VOTRE NOM]

OBJET : ÊTES-VOUS PRÊT À COMMENCER À GAGNER UN REVENU PASSIF À LA MAISON ?

AVEZ-VOUS EU L'OCCASION DE CONSULTER MON GUIDE GRATUIT ? SI TEL EST LE CAS, ÊTES-VOUS PRÊT À UTILISER UN PRODUIT NUMÉRIQUE DONE-FOR-YOU POUR LANCER VOTRE PROPRE ENTREPRISE DE REVENUS PASSIFS ? JE VEUX VOUS INVITER À ACHETER MON [NOM DU PRODUIT] !

[VOTRE NOM]

(INSÉREZ ICI VOS COMMENTAIRES SUR VOTRE PRODUIT NUMÉRIQUE - VOUS POURREZ LES AJOUTER PLUS TARD !)

IMAGINEZ LES POSSIBILITÉS :
-GAGNEZ UN REVENU ILLIMITÉ TOUT EN TRAVAILLANT À DISTANCE
-QUITTE TON 9H À 17H
-SÉCURISEZ LA MAISON DE VOS RÊVES
-VOYAGE À TRAVERS LE MONDE
-OFFREZ-VOUS DE L'ARGENT SANS CULPABILITÉ
-PRENEZ VOTRE RETRAITE JEUNE ET RETIREZ VOS PARENTS
-REMBOURSEZ VOS DETTES ET INVESTISSEZ DANS VOTRE AVENIR

AVEC (NOM DU PRODUIT), VOUS APPRENDREZ TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR SUR LA CRÉATION ET LE LANCEMENT DE VOTRE ENTREPRISE DE MARKETING NUMÉRIQUE AU COURS DE LA SEMAINE PROCHAINE ! VOUS AUREZ LA POSSIBILITÉ DE COMMENCER À GAGNER DES REVENUS !

TU AURAS:
-MON PRODUIT NUMÉRIQUE À UTILISER, MODIFIER ET REVENDRE COMME LE VÔTRE
-UN PROCESSUS ÉTAPE PAR ÉTAPE POUR CRÉER VOTRE ENTREPRISE EN LIGNE AVEC FACILITÉ ET AUTOMATISATION
-MES STRATÉGIES DE CONTENU POUR COMMERCIALISER VOS PRODUITS EN SEULEMENT QUELQUES HEURES PAR SEMAINE

IL S'AGIT D'UNE ENTREPRISE ENTIÈRE PRÊTE À VOUS PERMETTRE D'EN TIRER PROFIT ! JE SAIS À QUEL POINT CE FLUX DE REVENUS PASSIFS CHANGE LA VIE, ET JE VEUX VOUS VOIR PROSPÉRER !

ENVOYEZ-MOI UN MESSAGE SI VOUS AVEZ DES QUESTIONS !

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 _____ !

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)

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 _____ !

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)

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 D'ACTIVITÉS AVEC LES GENS AUTOUR DE VOUS ET À FAIRE DES CHOSES QUE VOUS AIMEZ.

SI CE N'EST PAS LE CAS, JE VEUX VOUS METTRE AU DÉFI DE PRENDRE UNE MESURE AUDACIEUSE. ACHETEZ (NOM DU PRODUIT) POUR ___ 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 OU UN E-MAIL SI JAMAIS VOUS AVEZ DES QUESTIONS. JE SUIS LÀ POUR TOI!

OBJET : (INSÉRER LE MONTANT) DANS ___ JOURS

AU COURS DES ___ DERNIERS JOURS, J'AI GAGNÉ (INSÉRER LE MONTANT) 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 D'ACTIVITÉS AVEC LES GENS AUTOUR DE VOUS ET À FAIRE DES CHOSES QUE VOUS AIMEZ.

SI CE N'EST PAS LE CAS, JE VEUX VOUS METTRE AU DÉFI DE PRENDRE UNE MESURE AUDACIEUSE. ACHETEZ (NOM DU PRODUIT) POUR ___ 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 OU UN E-MAIL SI JAMAIS VOUS AVEZ DES QUESTIONS. JE SUIS LÀ POUR TOI!

COMMENT UTILISER LES AUTOMATISATIONS DE COURRIER ÉLECTRONIQUE STAN.STORE

ÉTAPE 1 : ALLEZ VOIR STAN

STAN EST MA BOUTIQUE CREATOR TOUT-EN-UN PRÉFÉRÉE. OÙ VOUS POUVEZ GÉRER L'INTÉGRALITÉ DE VOTRE ENTREPRISE EN LIGNE. VOICI COMMENT UTILISER STAN À LA FOIS À DES FINS DE MARKETING PAR E-MAIL ET POUR SES CAPACITÉS D'IA UNIQUES.

CLIQUEZ ICI POUR UN ESSAI GRATUIT DE 14 JOURS DE STAN.STORE

ÉTAPE 2 : CRÉER UN NOUVEAU FLUX DE COURRIER ÉLECTRONIQUE

UNE FOIS QUE VOUS ÊTES SUR STAN. VOUS POUVEZ CRÉER UN NOUVEAU FLUX DE MESSAGERIE QUI AJOUTE AUTOMATIQUEMENT DE NOUVEAUX CLIENTS EN FONCTION DU PRODUIT QU'ILS ACHÈTENT CHEZ VOUS. D'OÙ L'IMPORTANCE ET LA VALEUR D'AVOIR UN CADEAU PRÉCIEUX. ALIAS LEAD MAGNET. SAISISSEZ VOTRE MESSAGE ÉLECTRONIQUE AVEC LA LIGNE D'OBJET DE VOTRE E-MAIL QUI ATTIRE L'ATTENTION.

'ÉTAPE 3 : UTILISER L'IA POUR GÉNÉRER'

'IL S'AGIT D'UNE FONCTIONNALITÉ SUPER COOL ET COMPLÈTEMENT FACULTATIVE. VOUS POUVEZ UTILISER STANLEY (L'IA DE STAN) POUR GÉNÉRER LE CONTENU DE VOS E-MAILS POUR VOUS. DITES QUOI !

STANLEY A EN FAIT LA CAPACITÉ DE PARCOURIR VOS RÉSEAUX SOCIAUX ET DE GÉNÉRER UN E-MAIL EN FONCTION DU TYPE DE CONTENU QUE VOUS PUBLIEZ. N'OUBLIEZ PAS DE RELIRE ET ASSUREZ-VOUS D'AJOUTER UNE TOUCHE HUMAINE SI NÉCESSAIRE.

ÉTAPE 4 : AUTOMATISEZ LE MOMENT OÙ LES E-MAILS SERONT ENVOYÉS

VOUS POUVEZ CHOISIR QUAND VOUS SOUHAITEZ QUE CHAQUE E-MAIL SOIT ENVOYÉ - IL EST GÉNÉRALEMENT RECOMMANDÉ D'EN ENVOYER UN IMMÉDIATEMENT APRÈS QUE QUELQU'UN ACHÈTE CHEZ VOUS. PUIS 2 À 3 FOIS PAR SEMAINE PAR LA SUITE.

ÉTAPE 5 : RÉPÉTEZ L'OPÉRATION POUR TOUS LES PRODUITS NUMÉRIQUES QUE VOUS VENDEZ

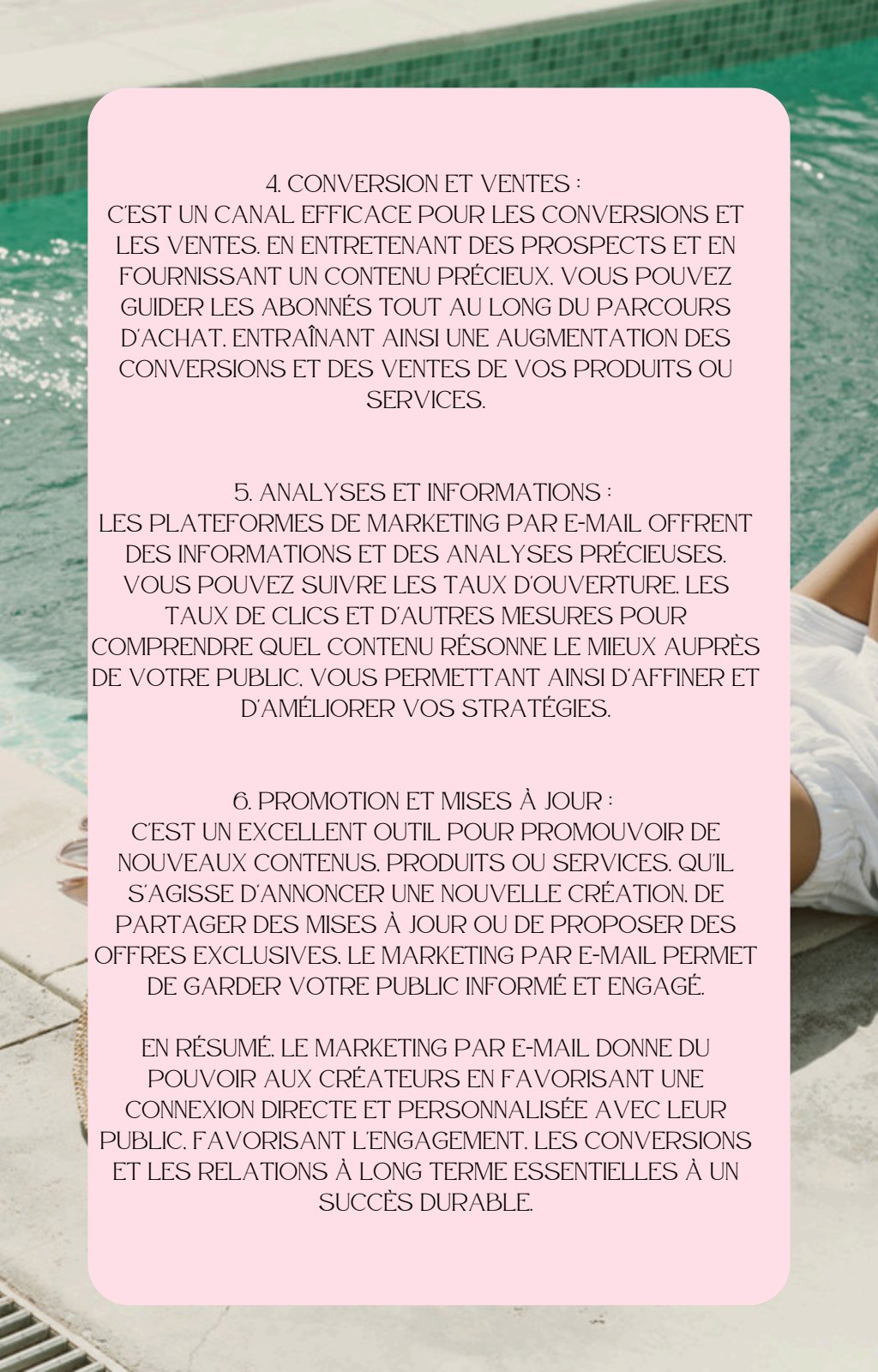
UNE FOIS QUE VOUS AVEZ TERMINÉ VOTRE PREMIÈRE CAMPAGNE PAR E-MAIL, VOUS POUVEZ REFAIRE CE PROCESSUS ET LE MODIFIER POUR CHAQUE AUTRE PRODUIT OU COURS NUMÉRIQUE QUE VOUS VENDEZ.

LE MARKETING PAR E-MAIL EST EXTRÊMEMENT IMPORTANT POUR LES CRÉATEURS POUR PLUSIEURS RAISONS :

1. COMMUNICATION DIRECTE :
IL OFFRE UNE LIGNE DE COMMUNICATION DIRECTE AVEC VOTRE PUBLIC. CONTRAIREMENT AUX PLATEFORMES DE MÉDIAS SOCIAUX OÙ LES ALGORITHMES ET LES POLITIQUES CHANGEANTES PEUVENT LIMITER LA PORTÉE. LES E-MAILS ARRIVENT DIRECTEMENT DANS LES BOÎTES DE RÉCEPTION DES ABONNÉS, GARANTISSANT AINSI LA TRANSMISSION DE VOTRE MESSAGE.

2. PROPRIÉTÉ DU PUBLIC :
IL PERMET LE CONTRÔLE ET LA PROPRIÉTÉ DE VOTRE AUDIENCE. LES PLATEFORMES DE RÉSEAUX SOCIAUX PEUVENT CHANGER LEURS RÈGLES OU MÊME CESSER D'EXISTER. MAIS VOTRE LISTE DE DIFFUSION RESTE UN ATOUT PRÉCIEUX QUE VOUS CONTRÔLEZ.

3. CONNEXION PERSONNALISÉE :
LE MARKETING PAR E-MAIL PERMET UNE COMMUNICATION PERSONNALISÉE. VOUS POUVEZ SEGMENTER VOTRE AUDIENCE EN FONCTION DE SES INTÉRÊTS, DE SES COMPORTEMENTS OU DE SON HISTORIQUE D'ACHATS, PERMETTANT AINSI DE DIFFUSER DES MESSAGES PERSONNALISÉS QUI TROUVENT UN ÉCHO AUPRÈS DE GROUPES SPÉCIFIQUES, FAVORISANT AINSI UNE CONNEXION PLUS FORTE.



4. CONVERSION ET VENTES :
C'EST UN CANAL EFFICACE POUR LES CONVERSIONS ET LES VENTES. EN ENTRETENANT DES PROSPECTS ET EN FOURNISSANT UN CONTENU PRÉCIEUX. VOUS POUVEZ GUIDER LES ABONNÉS TOUT AU LONG DU PARCOURS D'ACHAT. ENTRAÎNANT AINSI UNE AUGMENTATION DES CONVERSIONS ET DES VENTES DE VOS PRODUITS OU SERVICES.

5. ANALYSES ET INFORMATIONS :
LES PLATEFORMES DE MARKETING PAR E-MAIL OFFRENT DES INFORMATIONS ET DES ANALYSES PRÉCIEUSES. VOUS POUVEZ SUIVRE LES TAUX D'OUVERTURE. LES TAUX DE CLICS ET D'AUTRES MESURES POUR COMPRENDRE QUEL CONTENU RÉSONNE LE MIEUX AUPRÈS DE VOTRE PUBLIC. VOUS PERMETTANT AINSI D'AFFINER ET D'AMÉLIORER VOS STRATÉGIES.

6. PROMOTION ET MISES À JOUR :
C'EST UN EXCELLENT OUTIL POUR PROMOUVOIR DE NOUVEAUX CONTENUS. PRODUITS OU SERVICES. QU'IL S'AGISSE D'ANNONCER UNE NOUVELLE CRÉATION. DE PARTAGER DES MISES À JOUR OU DE PROPOSER DES OFFRES EXCLUSIVES. LE MARKETING PAR E-MAIL PERMET DE GARDER VOTRE PUBLIC INFORMÉ ET ENGAGÉ.

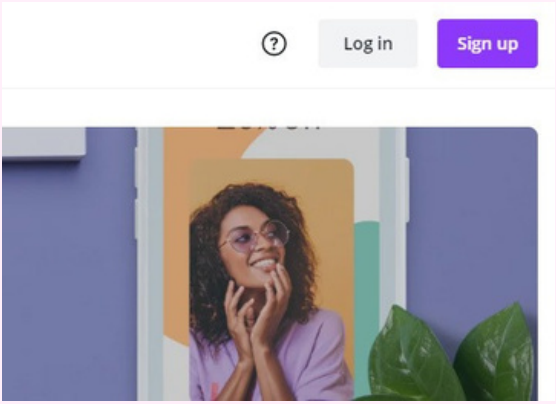
EN RÉSUMÉ. LE MARKETING PAR E-MAIL DONNE DU POUVOIR AUX CRÉATEURS EN FAVORISANT UNE CONNEXION DIRECTE ET PERSONNALISÉE AVEC LEUR PUBLIC. FAVORISANT L'ENGAGEMENT. LES CONVERSIONS ET LES RELATIONS À LONG TERME ESSENTIELLES À UN SUCCÈS DURABLE.

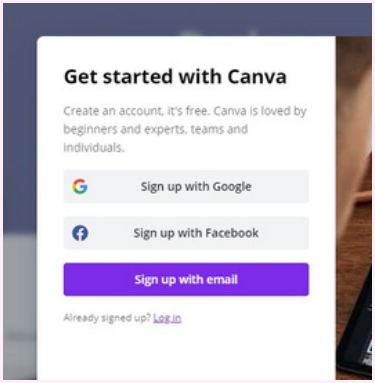
Chapitre 14

CANVA + OUTILS

TOILE

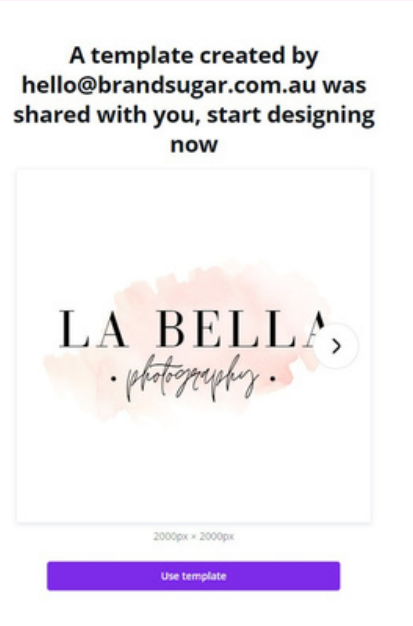
COMMENT CRÉER UN COMPTE CANVA





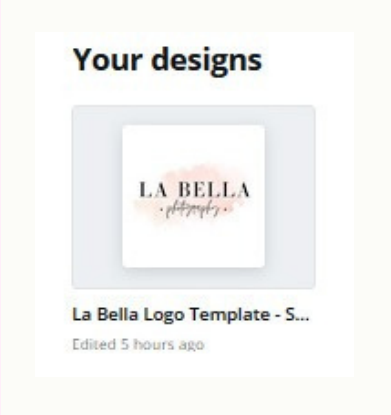
1. VISITEZ WWW.CANVA.COM
2. DANS LE COIN SUPÉRIEUR DROIT, SÉLECTIONNEZ LE BOUTON D'INSCRIPTION VIOLET.
3. CHOISISSEZ PARMI LES OPTIONS POUR VOUS INSCRIRE AVEC FACEBOOK, GOOGLE OU VOTRE E-MAIL.
4. CLIQUEZ SUR COMMENCER.
5. CHOISISSEZ PARMI LES OPTIONS POUR LESQUELLES VOUS ENVISAGEZ D'UTILISER CANVA.
6. TERMINEZ LE PROCESSUS D'INTÉGRATION.
7. CONFIRMEZ VOTRE COMPTE EN CLIQUANT SUR LE LIEN « CONFIRMER MON COMPTE » PRÉSENT DANS UN EMAIL QUE VOUS RECEVREZ.

UTILISEZ UN MODÈLE QUE VOUS AVEZ ACHETÉ



ASSUREZ-VOUS QUE VOUS ÊTES CONNECTÉ À CANVA.

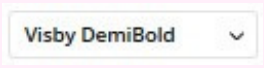
CLIQUEZ SUR UTILISER LE MODÈLE ET LE MODÈLE S'OUVRIRA DANS CANVA. PRÊT À ÊTRE MODIFIÉ.



Pour info

SI VOUS CLIQUEZ SUR LE BOUTON ACCUEIL DANS LE COIN SUPÉRIEUR GAUCHE DE L'ÉCRAN. CE MODÈLE DEVRAIT MAINTENANT APPARAÎTRE DANS VOS CONCEPTIONS RÉCENTES.

AIDE-MÉMOIRE TEXTE

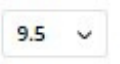


SÉLECTION DE POLICE

CHOISISSEZ VOTRE POLICE D'ICI



REMARQUE LA PETITE COURONNE MONTRE POLICES POUR LA VERSION PAYANTE DE CANVA



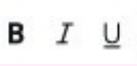
TAILLE DE POLICE

CHOISISSEZ VOTRE TAILLE DE POLICE



COULEUR DE LA POLICE

CHOISISSEZ VOTRE COULEUR DE POLICE



FONT STYLE

GRAS, ITALICISE OU SOULIGNEZ VOTRE TEXTE



MAJUSCULES - MINUSCULES

ACTIVER LES MAJUSCULES POUR METTRE AUTOMATIQUEMENT EN MAJUSCULE TOUT LE TEXTE SÉLECTIONNÉ



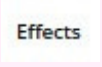
ALIGNEMENT DE LA POLICE

CHOISISSEZ PARMI UN ALIGNEMENT À GAUCHE, AU MILIEU, À DROITE OU JUSTIFIÉ



ESPACEMENT DES LETTRES + HAUTEUR DE LIGNE

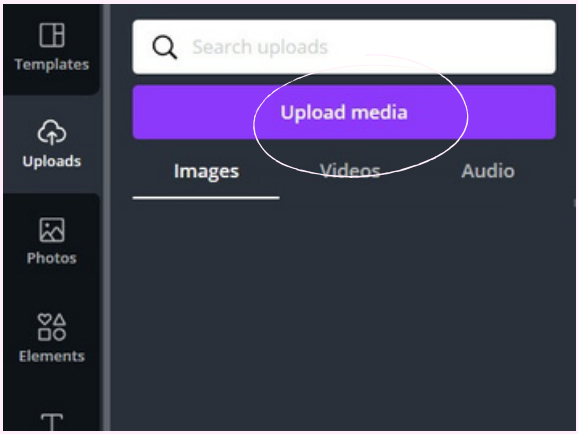
AJUSTER L'ESPACE ENTRE LES LETTRES ET LES LIGNES



EFFETS DE POLICE

EFFETS SPÉCIAUX COMME DU TEXTE INCURVÉ

TÉLÉCHARGER VOS PHOTOS

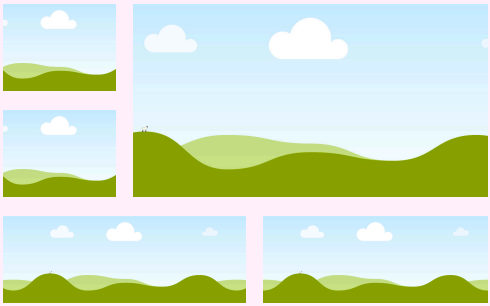


DANS LA BARRE D'OUTILS DE GAUCHE. CLIQUEZ SUR TÉLÉCHARGEMENTS. SÉLECTIONNEZ ENSUITE TÉLÉCHARGER LE MÉDIA. LOCALISEZ LE FICHIER SUR VOTRE ORDINATEUR ET TÉLÉCHARGEZ-LE. CLIQUEZ SUR LA PHOTO NOUVELLEMENT TÉLÉCHARGÉE POUR L'AJOUTER À VOTRE MODÈLE.



CANVA POSSÈDE UNE INCROYABLE BIBLIOTHÈQUE DE PHOTOS GRATUITES ET PAYANTES. VOUS POUVEZ Y ACCÉDER VIA L'ONGLET ÉLÉMENTS SOUS LA SECTION PHOTOS.

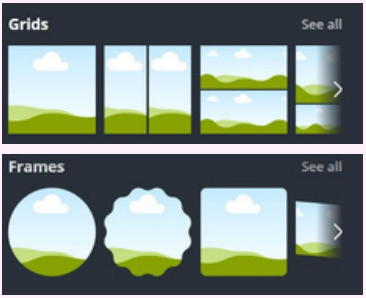
GRILLES ET CADRES



LES GRILLES ET LES CADRES SONT UN OUTIL FORMIDABLE QUI PEUT VOUS AIDER À PRÉSENTER SOIGNEUSEMENT VOS PHOTOS. UNE FOIS PLACÉS DANS VOTRE MODÈLE. ILS RESSEMBLERONT INITIALEMENT À CECI.

OÙ LES TROUVER ?

SÉLECTIONNEZ ÉLÉMENTS ET FAITES DÉFILER JUSQU'AUX SECTIONS GRILLES ET CADRES.

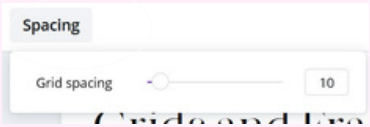


FAITES GLISSER ET DÉPOSEZ DES PHOTOS POUR TRANSFORMER VOTRE GRILLE EN QUELQUE CHOSE COMME CECI !



Pour info

AJUSTEZ L'ESPACEMENT SUR VOTRE GRILLE EN CLIQUANT SUR LA GRILLE. PUIS CLIQUEZ SUR L'ESPACEMENT DANS LA BARRE D'OUTILS SUPÉRIEURE.

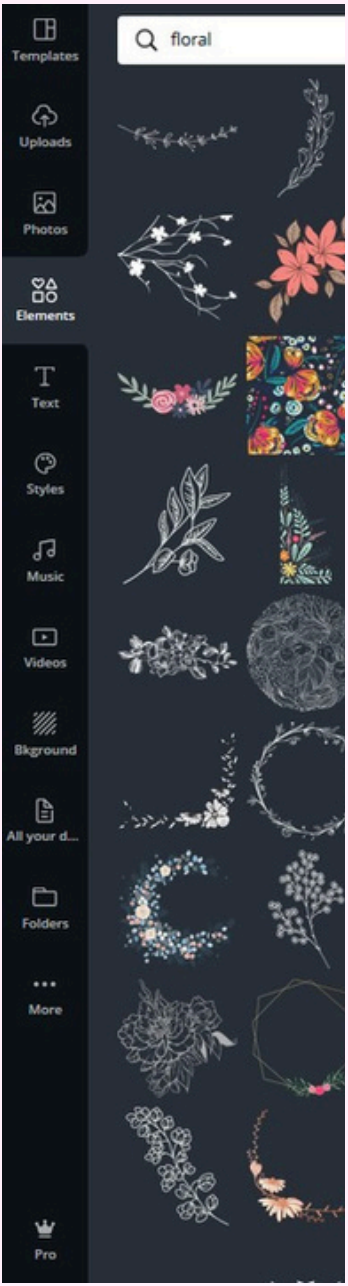


ÉLÉMENTS

CANVA EST LIVRÉ AVEC UN GRAND NOMBRE D'ÉLÉMENTS GRATUITS ET PAYANTS.

LES ÉLÉMENTS PEUVENT ÊTRE TROUVÉS DANS LA BARRE D'OUTILS DE GAUCHE. UTILISEZ LA BARRE DE RECHERCHE POUR TROUVER DES ÉLÉMENTS DANS LE THÈME DONT VOUS AVEZ BESOIN. NOTEZ QUE LA COURONNE LORSQUE VOUS SURVOLEZ UN ÉLÉMENT INDIQUE QUAND LA VERSION PAYANTE/PRO DE CANVA EST REQUISE POUR Y ACCÉDER.





DE NOMBREUX ÉLÉMENTS SONT AU FORMAT VECTORIEL. CE QUI SIGNIFIE QUE VOUS POUVEZ FACILEMENT AJUSTER LES COULEURS.

TRANSPARENCE

LA TRANSPARENCE AFFECTE LA TRANSPARENCE D'UN OBJET ET PEUT ÊTRE APPLIQUÉE AUX IMAGES. AUX ÉLÉMENTS. AU TEXTE ET AUX FORMES SOLIDES.



TRANSPARENCE À 100%

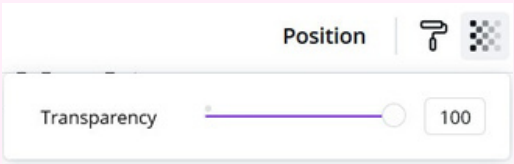


TRANSPARENCE À 30%

COMMENT AJUSTER LA TRANSPARENCE ?
CLIQUEZ SUR L'ÉLÉMENT QUE VOUS SOUHAITEZ DÉBLOQUER. UN MENU APPARAÎTRA EN HAUT À DROITE DE L'ÉCRAN. CLIQUEZ SUR LA PETITE ICÔNE EN FORME DE MOTIF D'ÉCHECS.



UN CURSEUR APPARAÎTRA. FAITES GLISSER DE HAUT EN BAS POUR OBTENIR L'EFFET SOUHAITÉ.



Pour info

LORSQUE DU TEXTE EST PLACÉ SUR UNE IMAGE. UTILISEZ LA TRANSPARENCE POUR AMÉLIORER LA LISIBILITÉ.

ÉLÉMENTS DE VERROUILLAGE

LE VERROUILLAGE DES ÉLÉMENTS EST UN EXCELLENT MOYEN DE GARDER VOTRE MODÈLE ORGANISÉ. SURTOUT SI VOUS METTEZ EN JEU DES ÉLÉMENTS TELS QUE DES ARRIÈRE-PLANS ET DES IMAGES SUPERPOSÉES.

COMMENT VERROUILLER OU DÉVERROUILLER QUELQUE CHOSE :
CLIQUEZ SUR L'ÉLÉMENT QUE VOUS SOUHAITEZ VERROUILLER OU DÉVERROUILLER. UN MENU APPARAÎTRA EN HAUT À DROITE DE L'ÉCRAN. CLIQUEZ SUR LA PETITE ICÔNE DE CADENAS.

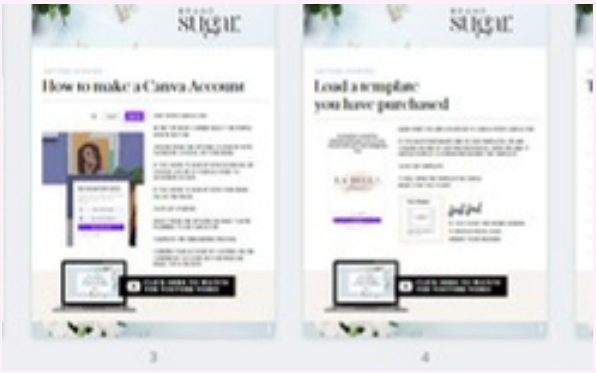


Pour info

VOUS POUVEZ ÉGALEMENT VERROUILLER PLUSIEURS ÉLÉMENTS À LA FOIS EN MAINTENANT LA TOUCHE MAJ ENFONCÉE. EN FAISANT GLISSER VOTRE SOURIS SUR LES ÉLÉMENTS. PUIS EN CLIQUANT SUR LE BOUTON DE VERROUILLAGE.

CLONER ET AJOUTER DES PAGES

CANVA A L'INCROYABLE CAPACITÉ D'AJOUTER PLUSIEURS PAGES. VOUS POUVEZ LE FAIRE À PARTIR DU MENU CLONER ET AJOUTER DES PAGES.



CANVA PREND DÉSORMAIS EN CHARGE 350 PAGES PAR MODÈLE.

VOUS POUVEZ ACCÉDER AU MENU CLONER ET AJOUTER DES PAGES DIRECTEMENT AU-DESSUS DE VOTRE PAGE DANS LE COIN SUPÉRIEUR DROIT.



DUPLIQUEZ ET FAITES UNE COPIE DE VOTRE PAGE.

SUPPRIMEZ VOTRE PAGE ACTUELLE.

AJOUTEZ UNE NOUVELLE PAGE VIERGE.

VUE GRILLE

LA VUE GRILLE VOUS PERMET DE CONSULTER PLUSIEURS PAGES DE VOTRE MODÈLE À LA FOIS. C'EST FANTASTIQUE POUR DES CHOSES COMME LES EBOOKS ET LES FICHIERS MULTIPAGES PLUS VOLUMINEUX.

LA VUE GRILLE APPARAÎT COMME CECI :



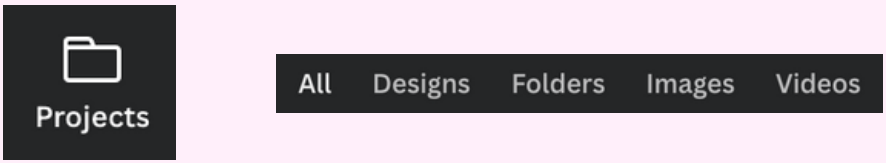
POUR ACCÉDER À LA VUE GRILLE. REGARDEZ DANS LE COIN INFÉRIEUR DROIT DE L'ÉCRAN ET CLIQUEZ SUR L'ICÔNE DE LA VUE GRILLE.

POUR RÉORGANISER LES PAGES. FAITES-LES GLISSER ET DÉPOSEZ-LES DANS UN NOUVEL ORDRE.

AVANCÉ (FUSION DE MODÈLES)

VEUILLEZ NOTER QUE « DOSSIERS » (SOUS PROJETS). QUI VOUS PERMET DE FUSIONNER DEUX MODÈLES. EST UN MODULE COMPLÉMENTAIRE PROFESSIONNEL. MAIS C'EST UN OUTIL INCROYABLE. J'AI DONC VOULU L'INCLURE DANS MON GUIDE.

POUR INSÉRER UN MODÈLE EXISTANT. AJOUTEZ UNE NOUVELLE PAGE. SÉLECTIONNEZ ENSUITE PROJETS DANS LE PANNEAU DE GAUCHE. À PARTIR DE LÀ. SÉLECTIONNEZ DOSSIERS ET CLIQUEZ SUR LA VIGNETTE DU MODÈLE QUE VOUS SOUHAITEZ INSÉRER. CELA FONCTIONNE DE MANIÈRE TRÈS SIMILAIRE À L'INSERTION D'UNE PHOTO.



Pour info

LE FICHIER QUE VOUS INSÉREZ SERA AUTOMATIQUEMENT REDIMENSIONNÉ AUX DIMENSIONS DE VOTRE MODÈLE ACTUEL.

OUTILS

CALENDRIER DE CONTENU : CRÉEZ UN CALENDRIER OU UN AGENDA DE CONTENU QUI VOUS AIDERA À PLANIFIER CE QUE VOUS PUBLIEREZ ET QUAND. CELA PEUT ÊTRE FASTIDIEUX. MAIS CELA AIDERA. PROMIS ! CELA VOUS AIDE À RESTER ORGANISÉ ET VOUS ÉVITE ÉGALEMENT D'AVOIR À STRESSER À LA DERNIÈRE MINUTE LORSQUE VOUS ESSAYEZ DE DIFFUSER DU CONTENU.

TRAITEMENT PAR LOTS : PENSEZ À PLANIFIER VOTRE CONTENU PAR LOTS. CELA PEUT FAIRE GAGNER DU TEMPS ET GARANTIR UN FLUX CONSTANT DE CONTENU.

RÉUTILISATION : VOUS POUVEZ TOUJOURS RÉUTILISER LE CONTENU EN PLAÇANT LES MÊMES INFORMATIONS SUR UNE VIDÉO DIFFÉRENTE !

SITES WEB : CE SONT DES OPTIONS OÙ VOUS PUBLIEREZ VOS OFFRES/PRODUITS : PENSIGHT (GRATUIT) OU STAN STORE (PAYANT)

TÉLÉCHARGE LES VIDÉOS : LORSQUE VOUS REPUBLIEZ DES VIDÉOS À PARTIR D'AUTRES PLATES-FORMES. ASSUREZ-VOUS DE SUPPRIMER LES FILIGRANES.

- VIDÉOS TIKTOK - HTTPS://SNAPTIK.APP
- VIDÉOS PINTEREST - HTTPS://PINTERESTDOWNLOADER.COM
- REELS INSTAGRAM - HTTPS://SAVEINSTA.APP/EN/INSTAGRAM-REELS-VIDEO-DOWNLOAD



Chapitre 15

CHATGPT

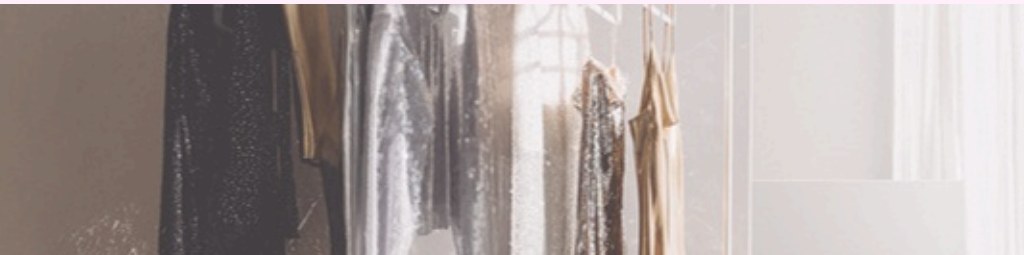
TYPES DE CONTENU

LES SITES WEB CHATGPT GRATUITS COMME OPEN AI SONT UN EXCELLENT OUTIL POUR PRESQUE TOUT. BESOIN D'UN TEXTE POUR VOTRE SITE WEB ? DE L'AIDE AVEC VOTRE BIO ? VOUS SOUHAITEZ CRÉER UNE CAMPAGNE EMAIL ? VOUS VOULEZ PUBLIER PENDANT UN MOIS DES SUJETS SUR LE FAIT DE PARLER DIRECTEMENT À VOTRE PERSONNALITÉ D'ACHETEUR ET DE VOUS RESSEMBLER ? OUI. VOUS POUVEZ ENTRAÎNER L'IA À FAIRE TOUT CELA.

VOICI QUELQUES PROMPTS/CONSEILS UTILES POUR ENTRAÎNER VOTRE OUTIL D'IA.

NE DÉMARREZ PAS UN NOUVEAU MESSAGE DE DISCUSSION SI VOUS SOUHAITEZ QU'IL UTILISE LES PROMPTS ET LES INFORMATIONS QUE VOUS LUI AVEZ DÉJÀ FOURNIES. SI VOUS COMMENCEZ UNE NOUVELLE DISCUSSION. IL NE SAIT PAS CE QUE VOUS LUI AVEZ APPRIS À FAIRE PRÉCÉDEMMENT.

PROMPT 1 « VOTRE PREMIÈRE TÂCHE CONSISTE À ME POSER DES QUESTIONS POUR CONNAÎTRE MON TON. MON STYLE DE COMMUNICATION ET MA VOIX. » IL VOUS DONNERA UNE LISTE DE 10 QUESTIONS AUXQUELLES RÉPONDRE.



TYPES DE CONTENU

PROMPT 2

« VOTRE PROCHAINE TÂCHE SERA DE COMPRENDRE MON STYLE D'ÉCRITURE À PARTIR DES EXEMPLES QUE JE VOUS DONNE. APRÈS CELA, NOUS CRÉERONS DU CONTENU. POUR COMMENCER, DITES VASI ET JE COLLERAI DES EXEMPLES DE MES ÉCRITS. CONTINUEZ À DIRE VASI ET JE COLLERAI DE NOUVEAUX EXEMPLES. QUAND J'AURAI FINI, JE DIRAI FINI. À CE STADE, NE FAITES RIEN D'AUTRE QUE CONFIRMER QUE VOUS AVEZ ENREGISTRÉ LE STYLE D'ÉCRITURE.

PROMPT 3

"POSEZ-MOI DES QUESTIONS POUR EN SAVOIR PLUS SUR MON ENTREPRISE ET LE PRODUIT QUE JE VENDS SUR INSTAGRAM."

PROMPT 4

"POSEZ-MOI DES QUESTIONS POUR CRÉER UNE PERSONNALITÉ POUR LA PERSONNE QUI VEUT CE QUE PROPOSE MON PRODUIT NUMÉRIQUE." PLUS VOUS DONNEZ DE RÉPONSES DÉTAILLÉES, MIEUX C'EST.

PROMPT 5 « ÉCRIVEZ TOUJOURS MON CONTENU À LA PREMIÈRE PERSONNE. »

TYPES DE CONTENU

PROMPT 6

« AGISSEZ COMME SI VOUS ÉTIEZ UN RÉDACTEUR DE MÉDIAS SOCIAUX TRÈS EXPÉRIMENTÉ ET FOURNISSEZ-MOI UN NOMBRE X DE SUJETS D'ACTUALITÉ DANS MA NICHE QUI S'ADRESSENT DIRECTEMENT À MA PERSONNALITÉ D'ACHETEUR. INCLUEZ AU MOINS 5 MOTS-CLÉS POUR CHAQUE SUJET QUI AMÉLIORERONT MON RÉFÉRENCEMENT.





Chapitre 16

ENCOURAGEMENTS

ENCOURAGEMENT

LES RESEAUX SOCIAUX SONT UNE COMPÉTENCE. COMME TOUTE AUTRE CHOSE. LES MÉDIAS SOCIAUX SONT UNE COMPÉTENCE ET IL FAUT DU TEMPS POUR LES APPRENDRE. IL FAUT DU TEMPS POUR ENTRER DANS LE RYTHME ET FAIRE DE CERTAINES CHOSES UNE HABITUDE (COMME LES STORIES... JE LES FAIS EN PILOTE AUTOMATIQUE MAINTENANT SANS MÊME Y RÉFLÉCHIR À DEUX FOIS NI PLANIFIER LE CONTENU !). IL FAUT DU TEMPS POUR TROUVER VOTRE INDIVIDUALITÉ ET VOTRE VOIX ! MAIS CELA VAUT VRAIMENT LA PEINE DE LA TROUVER. CAR SI VOUS VOUS ENGAGEZ DANS LE PROCESSUS ET LE TROUVEZ. JE N'AI AUCUN DOUTE QUE VOUS RÉUSSIREZ.

CONTENU SANS FIN ET SANS EFFORT AYEZ TOUJOURS UN ARSENAL DE CONTENU B-ROLL PRÊT À L'EMPLOI !

QU'EST-CE QUE LE CONTENU B-ROLL ? IMAGES DE VOUS-MÊME EN TRAIN DE FAIRE N'IMPORTE QUOI. MANGER. COUPER DES FRAISES. FAIRE LA VAISSELLE. PASSER L'ASPIRATEUR. CONDUIRE (LES MAINS LIBRES BIEN SÛR. LA SÉCURITÉ AVANT TOUT !). LIRE À VOS ENFANTS. TRAVAILLER SUR L'ORDINATEUR. BOIRE DU CAFÉ. FAIRE LA ROUE SUR LA PLAGE....OU SI VOUS ÊTES COMME MOI ET QUE J'AI UN COMPTE SANS VISAGE. IL EXISTE DES APPLICATIONS TELLES QUE CANVA. TEMPLY. SOCIAL STOCKS. PACKSIA. CONTENT COVE QUI CONTIENNENT DES MILLIERS DE VIDÉOS D'ARCHIVES QUE VOUS POUVEZ UTILISER ! FAIRE CETTE SEULE CHOSE SAUVERA VOTRE VIE LORSQU'IL SERA TEMPS DE PUBLIER SUR UN REEL ! (CELA DEVIENDRA ÉGALEMENT UNE SECONDE NATURE).

ENCOURAGEMENT

TOUT LE MONDE COMMENCE À ZÉRO. TOUT LE MONDE COMMENCE QUELQUE PART. ET GÉNÉRALEMENT CE QUELQUE PART EST À ZÉRO. CE QUI COMPTE. C'EST QUE VOUS NE LAISSIEZ PAS PARTIR DE ZÉRO VOUS EMPÊCHER DE COMMENCER.

SUIVEZ VOS ANALYSES. LORSQUE VOUS NE VOYEZ PAS L'AVALANCHE DE VENTES QUE VOUS ESPÉRIEZ. CONSULTEZ VOS ANALYSES INSTAGRAM POUR VOUS ENCOURAGER.

VOTRE PORTÉE AUGMENTE-T-ELLE ?
LES DONNÉES SEMBLENT-ELLES MEILLEURES QUE LA SEMAINE DERNIÈRE ?

SI VOTRE TENDANCE EST À LA HAUSSE. VOUS ÊTES SUR LA BONNE VOIE ! FAITES PLUS DE CE QUE VOUS FAITES.

SI VOTRE TENDANCE EST À LA BAISSE. CELA PEUT ÊTRE L'UNE DES DEUX CHOSES SUIVANTES (OU LES DEUX).

1. VOTRE REEL EST DEVENU VIRAL. ALORS IG MESURE VOTRE CROISSANCE ACTUELLE PAR RAPPORT À CETTE MÉGA-CROISSANCE. GARDE CELA À L'ESPRIT.
2. VOUS DEVEZ CHANGER DE STRATÉGIE ! ESSAYEZ QUELQUE CHOSE DE DIFFÉRENT AVEC VOS REELS (OU QUELQUES ÉLÉMENTS) POUR SORTIR DE VOTRE NORME.

ENCOURAGEMENT

SUIVEZ VOTRE CONCURRENCE TROUVEZ D'AUTRES PERSONNES QUI RÉUSSISSENT DANS VOTRE SECTEUR/NICHE ET SUIVEZ-LES ! GARDEZ UNE TRACE DU TYPE DE CONTENU QU'ILS CRÉENT ET QUI GÉNÈRE BEAUCOUP D'ENGAGEMENT ET APPORTEZ VOTRE PROPRE TOUCHE. C'EST BIEN DE S'INSPIRER DES AUTRES. MAIS ASSUREZ-VOUS DE VOUS APPROPRIER LES CHOSES AFIN DE VOUS DÉMARQUER AU LIEU DE VOUS FONDRE DANS LA MASSE !

NE LAISSEZ PAS LES ADEPTES DES AUTRES COMPTER OU LE SUCCÈS VOUS AMENER À REMETTRE EN QUESTION LES VÔTRES. ILS SONT TOUS PARTIS DE ZÉRO À UN MOMENT DONNÉ ET PRESQUE TOUS SUIVENT EXACTEMENT LA STRATÉGIE DÉCRITE DANS CE GUIDE. NE VOUS Y TROMPEZ PAS NON PLUS. MÊME SI LES COMPTES ONT MOINS D'ABONNÉS. CELA NE SIGNIFIE PAS QU'ILS NE RÉUSSISSENT PAS. LES ABONNÉS NE SONT PAS ÉQUIVALENTS AUX VENTES.



DES MESURES D'ACTIONS

1

DÉTERMINEZ VOTRE NICHE

IDENTIFIEZ VOTRE CRÉNEAU.

2

CONFIGUREZ VOTRE PROFIL

CHOISISSEZ VOTRE NOM D'UTILISATEUR. CRÉEZ VOTRE LOGO ET RÉDIGEZ VOTRE BIOGRAPHIE.

3

CRÉEZ VOTRE CONTENU

CRÉEZ ET PUBLIEZ DU CONTENU ATTRAYANT VIA DES PUBLICATIONS. DES CARROUSELS ET DES BOBINES.

4

CONSTRUISEZ VOTRE COMMUNAUTÉ

STIMULEZ L'ENGAGEMENT ET CONSTRUISEZ VOTRE COMMUNAUTÉ.

DES MESURES D'ACTIONS

5 FOCUS SUR LES STRATÉGIES DE CROISSANCE

CRÉEZ UNE STRATÉGIE DE CONTENU. CRÉEZ UNE LISTE DE HASHTAGS LIÉS À VOTRE NICHE. CRÉEZ DES LÉGENDES CONVAINCANTES POUR INCITER LES ABONNÉS À S'ENGAGER ET SOYEZ COHÉRENT.

6 MONÉTISEZ VOTRE INSTAGRAM

VOUS AVEZ FAIT TOUT CE QUI PRÉCÈDE MAINTENANT. VOUS DEVRIEZ CONSTATER UNE CERTAINE CROISSANCE/SUCCÈS. DÉTERMINEZ MAINTENANT COMMENT VOUS ALLEZ MONÉTISER VOTRE PLATEFORME.

7 PASSEZ EN REVUE VOS INFORMATIONS

PASSEZ EN REVUE VOS INFORMATIONS POUR DÉTERMINER QUAND VOTRE PUBLIC EST LE PLUS ACTIF ET S'ENGAGE AVEC VOTRE CONTENU. DÉCOUVREZ QUELLES PUBLICATIONS FONCTIONNENT BIEN ET LESQUELLES NE LE SONT PAS. CRÉEZ ET RÉUTILISEZ DU CONTENU QUI GAGNE DU TERRAIN.

CONCLUSION

ALORS QUE NOUS ARRIVONS À LA FIN DE CE GUIDE. VOUS VOUS ÊTES LANCÉ DANS UN VOYAGE REMARQUABLE DANS LE MONDE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE. JE SUIS SI FIER DE VOUS !

TOUT AU LONG DE CE GUIDE. NOUS AVONS EXPLORÉ DIVERSES STRATÉGIES ET TECHNIQUES QUI METTENT EN LUMIÈRE LE POUVOIR DU MAINTIEN DE L'ANONYMAT DANS LE MONDE NUMÉRIQUE. IL EST MAINTENANT TEMPS DE RÉFLÉCHIR À VOTRE PROPRE CHEMIN ET DE SAISIR LES OPPORTUNITÉS SANS LIMITES QUI VOUS ATTENDENT !

VOTRE VOYAGE A ÉTÉ GUIDÉ PAR LES PRINCIPES SUIVANTS :

1) LE CONTENU EST LA CLÉ ! UN CONTENU PRÉCIEUX ET DE HAUTE QUALITÉ EST LA BASE DE VOTRE RÉUSSITE. SOYEZ COHÉRENT ET FOURNISSEZ CONTINUELLEMENT UN CONTENU QUI PARLE À VOTRE PUBLIC ET RÉPOND À SES INTÉRÊTS ET À SES BESOINS.

2) RESTEZ AUTHENTIQUE ! CONSTRUISEZ UNE IDENTITÉ DE MARQUE AUTHENTIQUE ET INTERAGISSEZ VÉRITABLEMENT AVEC VOTRE PUBLIC. RESTEZ TRANSPARENT ET COHÉRENT.

ÉMOTIONS : N'HÉSITEZ PAS À DEVENIR ÉMOTIF ET À FAIRE SAVOIR À VOTRE PUBLIC QUE VOUS AVIEZ PEUR DE COMMENCER ET NERVEUX À L'IDÉE D'ÉCHOUER. MAIS QUE VOUS AVEZ QUAND MÊME SURMONTÉ VOS PEURS ET AGI. SOYEZ AUTHENTIQUE ET CONNECTEZ-VOUS AVEC VOTRE PUBLIC. CE SONT VOS AMIS !

PARTAGER VOS ÉMOTIONS SUSCITERA ÉGALEMENT DES ÉMOTIONS AU SEIN DE VOTRE PUBLIC - NOUS AVONS TOUS DES ÉMOTIONS - ET NOUS POUVONS TOUS COMPRENDRE LE SENTIMENT DE PEUR ET D'INCERTITUDE.

TRANSPARENCE : SOYEZ TRANSPARENT SUR VOTRE DÉCISION DE RESTER ANONYME. FAITES SAVOIR À VOTRE PUBLIC POURQUOI VOUS PRÉFÉREZ RESTER DERRIÈRE LA CAMÉRA. DITES-LEUR QUE VOUS ÊTES INTROVERTI ET TIMIDE ET QUE VOUS ÊTES ÉGALEMENT LÀ POUR AIDER D'AUTRES PERSONNES TIMIDES ET INTROVERTIES À GAGNER UN REVENU PASSIF GRÂCE AU MARKETING NUMÉRIQUE.

VOUS SOUHAITEZ ÉGALEMENT DIRE À VOTRE PUBLIC LA VÉRITÉ SUR VOS VENTES. MÊME SI VOUS N'AVEZ RÉALISÉ AUCUNE VENTE. SOYEZ FRANC ET HONNÊTE À CE SUJET. VOUS N'ÊTES PAS OBLIGÉ DE DIRE AUX GENS COMBIEN VOUS AVEZ GAGNÉ CAR. EN FIN DE COMPTE. CE SONT VOS PROPRES INFORMATIONS QUE VOUS POUVEZ CHOISIR DE DIVULGUER OU NON.

JE SUIS TOUJOURS TRANSPARENTE SUR TOUT MON PARCOURS. VOUS POUVEZ ÉGALEMENT VOIR QUE JE PARTAGE TOUJOURS MON PARCOURS ET MON HISTOIRE AVEC TOUT LE MONDE ! CELA PERPÉTUE NON SEULEMENT LA CONFIANCE. MAIS CELA VOUS AIDE À RESTER AUTHENTIQUE !

3) DIVERSIFIEZ VOTRE MONÉTISATION : METTEZ EN PLACE PLUSIEURS FLUX DE REVENUS TELS QUE LE MARKETING D'AFFILIATION. LA VENTE DE PLUSIEURS PRODUITS NUMÉRIQUES. LE CONSEIL/LE COACHING. ETC. POUR AMÉLIORER LA STABILITÉ FINANCIÈRE

4) SURMONTER LES DÉFIS : LORSQUE VOUS RENCONTREZ UN DÉFI. N'ABANDONNEZ PAS. RELEVER LES DÉFIS RENDRA VOTRE MARQUE PLUS FORTE ! JE SUIS ÉGALEMENT TOUJOURS LÀ POUR VOUS ENCOURAGER ! RESTEZ FORT !



MERCI!

MERCI DE VOUS JOINDRE À MOI DANS CETTE EXPLORATION DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE. J'ESPÈRE QUE CE MANUEL VOUS A FOURNI DES CONSEILS ET DES STRATÉGIES UTILES POUR RENDRE VOTRE PARCOURS EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING NUMÉRIQUE SANS VISAGE ENRICHISSANT.

PENDANT QUE VOUS POURSUIVEZ VOTRE VOYAGE, GARDEZ CES PRINCIPES À L'ESPRIT. VOS OPPORTUNITÉS AVEC LE MARKETING NUMÉRIQUE EN TANT QUE SPÉCIALISTE DU MARKETING SANS VISAGE SONT ILLIMITÉES. N'OUBLIEZ JAMAIS QUE VOUS EN ÊTES DIGNE ET QUE VOUS AVEZ LE POTENTIEL DE RÉUSSIR MÊME SANS MONTRER VOTRE VISAGE SUR INTERNET. TOUT COMMENCE PAR VOTRE MINDSET ! COMME VOUS LE SAVEZ. JE CROIS EN VOUS !

JE VOUS SOUHAITE UN ÉNORME SUCCÈS.

@METHODEANONYME


BRAVO !
JE SUIS TELLEMENT
FIÈRE DE VOUS !

110 ACCROCHES BONUS

1. "DÉCOUVRIR LE SECRET QUI A CHANGÉ MA VIE POUR TOUJOURS..."
2. « ET SI JE VOUS DISAIS QUE VOS PEURS SONT LA CLÉ DU SUCCÈS ? »
3. "C'EST LA SEULE CHOSE QUI VOUS RETIENT."
4. « LA VÉRITÉ SUR LA FAÇON DE GAGNER DE L'ARGENT EN LIGNE : PRÉPAREZ-VOUS ! »
5. « ÊTES-VOUS PRÊT À REPOUSSER VOS LIMITES ? »
6. "POURQUOI LA PLUPART DES GENS NE FONT JAMAIS LE PREMIER PAS..."
7. "PRÊT À AFFRONTER VOS PEURS ET À CRÉER UNE VIE QUE VOUS AIMEZ ?"
8. « AVERTISSEMENT : CETTE BOBINE POURRAIT REMETTRE EN QUESTION TOUT CE QUE VOUS SAVEZ. »
9. "LE CHEMIN INATTENDU VERS LA LIBERTÉ FINANCIÈRE."
10. « EST-CE L'IDÉE LA PLUS CONTROVERSÉE DU MARKETING NUMÉRIQUE ? »
11. "CE QU'ILS NE VEULENT PAS QUE VOUS SACHIEZ SUR LES REVENUS PASSIFS."
12. "LA RÉALITÉ CHOQUANTE DE LA VIE SANS LIBERTÉ FINANCIÈRE."
13. "POURQUOI LES ZONES DE CONFORT SONT VOTRE PIRE ENNEMI."
14. "SI VOUS AVEZ PEUR DE COMMENCER, CE REEL EST FAIT POUR VOUS."
15. "LA VÉRITÉ INCONFORTABLE SUR LE SUCCÈS."
16. "EST-IL TEMPS DE BRISER VOS DOUTES ?"
17. "C'EST CE QUI VOUS RETIENT VRAIMENT..."
18. "BRISER LE MYTHE DU TRAVAIL 'SÛR' DE 9H À 17H."
19. "NE REGARDEZ PAS ÇA À MOINS QUE VOUS NE SOYEZ PRÊT AU CHANGEMENT."
20. "COMMENT LA PEUR POURRAIT ÊTRE VOTRE PLUS GRANDE MOTIVATION."
21. « PRÊT À EMBRASSER LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE ? »
22. "POURQUOI LES RÈGLES DE LA SOCIÉTÉ NE S'APPLIQUENT PAS À VOUS."
23. "LE CÔTÉ OBSCUR DE LA ZONE DE CONFORT."
24. "LE TUEUR DE RÊVES SILENCIEUX QUE VOUS DEVEZ VAINCRE."
25. « EST-IL TEMPS D'ARRÊTER D'ÊTRE « NORMAL » ?
26. "RÉVÉLER LE POUVOIR CACHÉ DE VOS PEURS."
27. "LE CHEMIN INCONFORTABLE VERS LA RICHESSE COMMENCE ICI."
28. "POURQUOI ÊTRE EN SÉCURITÉ EST LA CHOSE LA PLUS RISQUÉE QUE VOUS PUISSIEZ FAIRE."
29. « AVEZ-VOUS CE QU'IL FAUT POUR REMETTRE EN QUESTION LE STATU QUO ?

30. "EST-IL TEMPS D'AFFRONTER VOTRE PLUS GRANDE PEUR ?"
31. "POURQUOI LA PLUPART DES GENS N'ATTEIGNENT JAMAIS LA VRAIE LIBERTÉ."
32. "L'IDÉE RADICALE QUI A CHANGÉ MA VIE POUR TOUJOURS..."
33. "EST-IL TEMPS D'ABANDONNER CE QUI VOUS RETIENT ?"
34. "LA DÉCISION LA PLUS RISQUÉE QUE VOUS AYEZ JAMAIS PRISE."
35. "COMMENT J'AI TRANSFORMÉ MA PEUR EN MA PLUS GRANDE ALLIÉE."
36. "POURQUOI "NORMAL" EST LE NOUVEL ÉCHEC."
37. « PRÊT À DÉFIER TOUS LES PRONOSTICS ET À CRÉER UNE NOUVELLE RÉALITÉ ? »
38. "LA VÉRITÉ INCONFORTABLE SUR VOTRE ZONE DE CONFORT."
39. "POURQUOI LE SUCCÈS N'EST QU'À UN PAS."
40. "POURQUOI" JOUER LA SÉCURITÉ "EST LE CHOIX LE PLUS RISQUÉ."
41. "LA SAUCE SECRÈTE POUR SURMONTER VOS DOUTES."
42. « EST-IL TEMPS DE FAIRE TAIRE VOTRE CRITIQUE INTÉRIEUR ? »
43. « DÉFIER LES NORMES : UN VOYAGE VERS LE SUCCÈS. »
44. "PRÊT À RÉÉCRIRE VOTRE HISTOIRE ET À POURSUIVRE VOS RÊVES ?"
45. "LE POTENTIEL INEXPLOITÉ DE VOS PEURS."
46. "ET SI JE VOUS DISAIS QUE LA PEUR ÉTAIT VOTRE MEILLEURE AMIE ?"
47. « EST-CE LA VÉRITÉ LA PLUS CONTROVERSÉE DU MARKETING NUMÉRIQUE ?
48. "POURQUOI LA PEUR EST VOTRE PLUS GRAND PROFESSEUR."
49. "LE CHEMIN VERS LA LIBERTÉ FINANCIÈRE COMMENCE PAR LA PEUR."
50. « EST-IL TEMPS DE PERTURBER VOTRE PROPRE VIE ? »
51. "LA VÉRITÉ SURPRENANTE SUR LA TRANSFORMATION DE LA PEUR EN SUCCÈS..."
52. « PRÊT À AFFRONTER VOS PEURS DE FRONT ? »
53. « EST-IL TEMPS DE VOUS LIBÉRER DE VOTRE ZONE DE CONFORT ?
54. "LE CHEMIN NON CONVENTIONNEL VERS LA LIBERTÉ FINANCIÈRE."
55. "ET SI JE VOUS DISAIS QUE LA PEUR POURRAIT ÊTRE VOTRE PLUS GRANDE ALLIÉE ?"
56. "POURQUOI VOS DOUTES PEUVENT ÊTRE VOTRE PLUS GRANDE OPPORTUNITÉ."
57. "C'EST LE REEL QUI POURRAIT CHANGER VOTRE VIE POUR TOUJOURS."
58. "L'OBSTACLE CACHÉ QUI BLOQUE VOTRE SUCCÈS."
59. "LE SECRET DU MARKETING NUMÉRIQUE QU'ILS NE VEULENT PAS QUE VOUS SACHIEZ."

60. « ÊTES-VOUS PRÊT À REMETTRE EN QUESTION LA NORME ET À PROSPÉRER ? »
61. "DÉBLOQUEZ LE POUVOIR EN VOUS POUR VAINCRE LA PEUR."
62. « SE LIBÉRER DU 9-5 : ÊTES-VOUS PRÊT ?
63. "LE VOYAGE INCONFORTABLE VERS L'INDÉPENDANCE FINANCIÈRE."
64. « PRÊT À EMBRASSER LE CHAOS ET À ATTEINDRE LA GRANDEUR ? »
65. "LA VÉRITÉ CHOQUANTE SUR LE CHEMIN LE MOINS FRÉQUENTÉ."
66. « LA PEUR VOUS RETIENT-ELLE EN OTAGE DE VOS RÊVES ? »
67. "NE REGARDEZ PAS ÇA À MOINS QUE VOUS NE SOYEZ PRÊT À AGIR."
68. "POURQUOI VOTRE ZONE DE CONFORT EST LA ZONE DE DANGER."
69. "LA SAUCE SECRÈTE POUR TRANSFORMER LA PEUR EN CARBURANT."
70. « ABANDONNER LE TRAVAIL « SÛR » : UNE DÉCISION CONTROVERSÉE. »
71. « REDÉFINIR LE SUCCÈS : CELA COMMENCE PAR LE COURAGE. »
72. "POURQUOI DEVRIEZ-VOUS REMETTRE EN QUESTION LES RÈGLES DE LA SOCIÉTÉ."
73. « LA BATAILLE CONTRE LE DOUTE DE SOI : GAGNEZ-VOUS ?
74. « PRÊT À AFFRONTER VOTRE SABOTEUR INTÉRIEUR ?
75. "LA VRAIE RAISON POUR LAQUELLE LA PLUPART DES GENS RESTENT BLOQUÉS."
76. "LA MANIÈRE NON CONVENTIONNELLE DE DÉPASSER VOS PEURS."
77. « EST-IL TEMPS DE LIBÉRER VOTRE REBELLE INTÉRIEUR ? »
78. "LE POUVOIR DE L'INCONFORT POUR RÉUSSIR."
79. "POURQUOI IL EST TEMPS DE DÉFIER LES ATTENTES ET DE PROSPÉRER."
80. « PRÊT À EMBRASSER LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE ? PLONGEZ-VOUS. »
81. « SURMONTER LA PEUR : VOTRE PREMIÈRE ÉTAPE VERS LE CHANGEMENT. »
82. « LA PEUR EST-ELLE VOTRE PLUS GRAND ENNEMI OU VOTRE MEILLEUR AMI ?
83. "L'IDÉE RADICALE QUI PEUT TRANSFORMER VOTRE VIE."
84. "POURQUOI JOUER LA SÉCURITÉ POURRAIT ÊTRE VOTRE DÉCISION LA PLUS RISQUÉE."
85. "LE CHEMIN DU SUCCÈS COMMENCE PAR UN PAS COURAGEUX."
86. « AFFRONTER VOS DOUTES : LE VOYAGE VERS LA GRANDEUR. »
87. "LA VÉRITÉ CHOQUANTE SUR LA VIE" NORMALE "."
88. "DÉMASQUER VOTRE POTENTIEL CACHÉ."
89. « LE FACTEUR PEUR : VOTRE SUPERPUISSANCE INEXPLOITÉE. »
90. "POURQUOI DES CHOIX SÛRS NE MÈNERONT PAS À UN RÉEL SUCCÈS."

91. "MAÎTRISER L'ART DE VAINCRE VOS PEURS."
92. "DÉFIER LES NORMES : VOTRE VOYAGE VERS L'EXTRAORDINAIRE."
93. « PRÊT À FAIRE TAIRE LA VOIX DU DOUTE EN VOUS ?
94. « TRANSFORMER LES RÊVES EN RÉALITÉ : ÊTES-VOUS PRÊT À RELEVER LE DÉFI ? » 95. "L'HISTOIRE INÉDITE DE LA CONFRONTATION À VOS PEURS."
96. « ET SI LA PEUR ÉTAIT VOTRE PLUS GRANDE MOTIVATION ?
97. « EST-CE L'IDÉE LA PLUS CONTROVERSÉE DE VOTRE VIE ?
98. "POURQUOI LA PEUR EST VOTRE PROFESSEUR LE PLUS PRÉCIEUX."
99. "LES TREMPLINS VERS LA LIBERTÉ FINANCIÈRE."
100. « EST-IL TEMPS DE PERTURBER VOTRE PROPRE HISTOIRE ? »
101. « REGARDEZ JUSQU'À LA FIN ! »
102. « PIRATAGE RAPIDE »
103. "JE NE SAIS PAS QUI A BESOIN D'ENTENDRE ÇA MAIS _____" ÉNUMÉREZ LE MAIS DANS LA LÉGENDE POUR QU'ILS REGARDENT PLUS LONGTEMPS ET LISENT DAVANTAGE.
104. "SI VOUS ÊTES UN _____. VOUS DEVEZ ENTENDRE CECI."
105. "CELA VA VOUS ÉPOUSTOUFLER."
106. « VOUS AVEZ DES DIFFICULTÉS AVEC (POINT DOULEUR DU PUBLIC CIBLE) ? VOICI UN CONSEIL SECRET QUE J'AURAIS AIMÉ CONNAÎTRE PLUS TÔT »
107. VOUS AVEZ DU MAL À CRÉER DES VIDÉOS DE HAUTE QUALITÉ ? VOICI UN CONSEIL SECRET QUE J'AURAIS AIMÉ CONNAÎTRE PLUS TÔT »
108. « CETTE ERREUR POURRAIT VOUS COÛTER (NOMBRE). »
109. "CE QUE FONT VRAIMENT LES MAMANS PENDANT QUE LES ENFANTS SONT À L'ÉCOLE."
110. « C'EST PEUT-ÊTRE UNE OPINION IMPOPULAIRE MAIS... »

CONDITIONS GÉNÉRALES DU MRR ET DU PLR

Sous réserve de votre respect des présentes conditions d'utilisation, la société vous accorde par la présente des droits de marque privée et des droits de revente principale lors de l'achat de cet e-book, qui vous accorde le droit de modifier, de revendiquer l'appartenance et de revendre ce produit avec 100 % de bénéfices. **Valeur minimum de revente : 57euros.**

Les droits supplémentaires incluent : le droit d'ajouter ce produit à un site d'adhésion ou à un forfait dans un package ; le droit de créer des produits audio ou vidéo en utilisant ce produit ; le droit de modifier la page de vente et/ou les graphiques ; le droit de diviser le produit en sections distinctes ; le droit d'ajouter ou de supprimer du contenu sur le produit ; le droit d'y inscrire votre nom ; le droit de modifier ou de créer vos propres couvertures pour le produit ; le droit de céder, vendre ou transférer les droits de marque privée à un tiers.

Les pages de couverture DOIVENT être renommées et modifiées avant la revente. Notre couverture ci-dessus ne peut PAS être utilisée lors de la revente du guide. Cette pratique est fondamentale pour aligner le guide avec votre marque. Des modèles de couverture alternatifs sont disponibles sur CANVA. Pour différencier votre marque des autres acheteurs, nous vous recommandons de modifier la mise en page, l'image, la police et/ou le titre si vous utilisez ces modèles.

Nous vous demandons également de vous abstenir d'utiliser les images promotionnelles sur notre site Stan store ainsi que de copier et coller la description de notre produit.

Nous vous encourageons plutôt 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 changement de marque en vue de la revente.

Cliquez ICI pour accéder à votre guide modifiable !

MARKETING DIGITAL
Digitalwoman