



10 étapes pour un business en or

SALUT C'EST MARC

- J'aide les créateurs de contenu à créer et à développer leur business grâce à un blog. Si les sujets blogging, infoprenariat et marketing t'intéressent, tu es au bon endroit.

Les modes de consommation ont changés. Être sur le web pour une entreprise est devenu vital.

Le temps de la petite boutique à Ginette est révolu. Tout se passe désormais en quelques clics.

Tu es sans doute sur le point de créer ton site web ou peut-être est-ce déjà fait.

Un site web n'est pas une accumulation de boutons et de quelques textes.

C'est un enjeu économique. Parfois même la seule source de revenu.

Souvent une ressource mal ou inexploitée.

Quand on se lance dans la création d'un blog.

On publie des articles pendant quelques temps.

Sans but ou stratégie précise.

Et au bout de quelques mois. Voire quelques semaines... On s'aperçoit que ça ne va pas.



Les idées manquent.

Il y a peu de visite sur le blog.

Peu de gens qui reviennent.

Les articles sont invisibles sur Google. Les ventes ne décollent pas.

Alors on se ruine en publicité. Pensant que ça ira mieux.

Et ce n'est pas le cas.

7 milliards d'habitants sur terre et 10 visites sur mon site...

On se retrouve confronté à la réalité : créer un business sur Internet est plus dur qu'il n'y paraît.

Heureusement, il existe des solutions.

Bien sûr, elles ne garantissent pas le succès. Elles donnent les bonnes cartes en main. Ce qui est un bon début.


Nous allons voir quelques actions que tu peux mener pour augmenter ou créer ta visibilité sur le web.

Nous allons voir aussi pourquoi tu dois créer un blog pour ton business. Ou le faire créer.

Mais pas tout de suite.

Avant ça, il y a l'analyse. L'analyse des autres et l'analyse de soi.

C'est capital.



Plus ces étapes sont réalisées avec sérieux, plus ce sera simple pour toi par la suite.

Internet nous met un peu dans une bulle. Souvent, on se lance sans trop réfléchir.

La motivation et l'enthousiasme y sont pour beaucoup. C'est normal.

Dans la 'vraie vie' lorsque l'on arrive quelque part, on prend le temps d'observer les autres.

On s'adapte à l'endroit où l'on est et aux personnes qui nous entourent avant d'agir.

C'est une chose qu'on oublie régulièrement au lancement de son activité.

C'est un tort.

D'autant que ce n'est pas si difficile. Ça demande un peu de réflexion et de temps.

Ça commence par la première étape qui est ...



LA VALIDATION

○ Pour valider ton idée, il faut déjà voir s'il y a des business similaires à ton projet qui génèrent de l'argent.

Existe-t-il des livres, des audios, des émissions, des journaux ? etc.

Si tu es dans un domaine particulier, tu peux sans doute trouver des études pour connaître la taille du marché.

Un marché trop petit ne sera jamais rentable (sauf le luxe), un marché trop grand est souvent gage d'un mauvais positionnement.

Le but n'est pas de parler à tout le monde. C'est l'échec assuré.

Le but est de trouver une approche différente pour se démarquer afin de pouvoir vendre.

Commence à réfléchir à la gamme de produits ou de services, que tu vas proposer.

Une dizaine d'idées est un bon début. Un bon business est fait pour durer dans le temps.

Ça évite, un jour, de se retrouver face à un mur.

Tes produits doivent répondre à un problème DUR (Douloureux, Urgent et reconnu).

Faire un site sur sa ville c'est super, mais à part vendre des guides et la publicité ça ne va pas loin.

Une bonne étude de marché te permet de savoir où tu mets les pieds.

C'est indispensable.

L'AUDIT

Une fois ton idée validée, repère ceux qui selon toi sont tes concurrents directs.

C'est bien. Ça te permet d'avoir conscience de la concurrence, des moyens employés et des résultats obtenus.

Ça va beaucoup t'aider pour l'étape suivante.

L'audit passe par :

- une étude du référencement.
- De la communication sur les réseaux sociaux.
- L'UI (interface utilisateur) et l'UX (l'expérience utilisateur).
- Les publicités.
- Le service client et les services en général.
- Le branding et le ressenti de la marque.
- Le type de client / d'audience.

L'idée est de choisir des personnes qui proposent le même genre de produit ou de service que toi.

Ce n'est pas une question de chiffre d'affaires.

C'est une méthode pour trouver le moyen d'entrer dans le marché que tu as choisi avec une identité unique.

LE SWOT

- Tu connais maintenant ton marché et tes concurrents directs. L'étape suivante consiste à faire le point sur tes compétences.

Un SWOT est une analyse de ses forces, ses faiblesses, les opportunités et les menaces (ou contraintes).

Ici, rien de magique. Tu fais quatre colonnes et tu listes les différentes choses. Soit le plus honnête possible. C'est pour ton bien.

Ne pense pas à l'étude de marché ni à l'audit. Ça ne concerne pas la concurrence. Ça te concerne toi.

Ça te permet de choisir ta plus grande force et de l'exploiter. Oublie les éléments que tu ne maîtrises pas sauf si ça peut soutenir davantage tes forces naturelles.

Dans ce cas, forme-toi sur ces sujets.

LE PERSONA

- Une fois ta liste créée, par une analyse du swot, de l'audit et de l'étude de marché, tu as sans doute une idée de quel service ou produit tu vas pouvoir proposer. À qui, à quel tarif et comment le proposer.

Tu peux maintenant définir ton client idéal. La personne avec qui tu veux travailler. Tu peux en avoir plusieurs. C'est souvent le cas.

Évite tout de même d'en avoir de trop. Ça voudrait dire que ton message n'est pas assez spécifique. Deux ou trois grands maximum.

À chaque persona sa communication propre. Ainsi on retrouve sur ton blog différentes parties adaptées à chacun.

On considère, un persona égal, un média égal, un message. Pour éviter les confusions de communication.

Ce qui implique une communication différente pour chaque média.

Ce persona sera la personne à qui tu vas t'adresser directement dans chaque message.

LE STORYTELLING

○ Savoir communiquer est essentiel sur Internet. Jeff Bezos a dit que le branding c'est ce que pensent les autres de votre marque lorsque vous n'êtes pas là.

C'est le ressenti. L'aspect général. C'est la belle robe qu'on enfle un soir de gala.

Le storytelling c'est autre chose. Imagine que ta persona s'approche de toi pour discuter.

C'est ce que tu vas communiquer pour raconter qui tu es. Un bon storytelling démarre souvent d'une douleur. Il sert une cause.

Il peut être totalement inventé. Le principal étant de ne pas tromper. Il existe 7 sortes de storytelling. Tous aussi efficaces.

Si ta communication sur les réseaux sociaux ou tes articles de blog n'engage pas.

Le storytelling est probablement une des raisons de cet échec. C'est le ciment qui tient les briques.

Il suscite l'empathie et l'engagement. L'adoration, l'indifférence ou le dégoût.

Le storytelling est comme une bouteille d'Orangina. Sans un bon storytelling, la pulpe reste au fond.

Tandis qu'un bon storytelling agite, secoue, provoque une émotion. Ce qui en donne toute sa saveur. Et on en redemande.

L'être humain est émotionnel avant d'être raisonnable. C'est à ne pas oublier.

CHOISIR UN MÉDIA

○ Comme nous en avons parlé précédemment, tu vas devoir choisir où communiquer. Où sont tes personas ?

Chaque média à ses propres codes. On ne communique pas de la même façon sur LinkedIn que sur tiktok, twitter, Facebook, Instagram ou YouTube.


C'est évident.

Dans un premier temps, concentre-toi sur un seul persona. Sauf si ton activité t'y oblige. Par exemple du B To B (business-to-business) et du B To C (business-to-customers).

Ce sera plus simple pour toi d'être concentré et efficace sur un projet que sur plusieurs.



PLANIFIER SES OBJECTIFS ET SON CONTENU

 Savoir où l'on va permet de prévoir. Anticiper permet d'être serein(e). C'est aussi un bon facteur de motivation.

Pour te fixer des objectifs à atteindre, rien de tel que la méthode SMART.

Définir un objectif Spécifique, Mesurable, Atteignable ou Acceptable, Réaliste et Temporelle.

En parallèle tu dois programmer un planning éditorial pour ta communication. Essaie toujours d'avoir deux ou trois semaines d'avance au niveau du contenu pour faire face aux imprévus.

Et enfin, recherche les mots-clés pour lesquels tu peux rédiger du contenu. Que ce soit pour tes articles de blog, tes hashtags, tes vidéos YouTube ou autre.

Tu vas devoir créer des dizaines et des dizaines de contenus.

Tu peux également commencer à réfléchir au futur nom de ton blog.

UN AUTORÉPONDEUR ET UNE PAGE DE CAPTURE

○ Ce qu'il te faut maintenant, c'est un autorépondeur et une page de capture.

La plupart des autorépondeurs sont gratuits jusqu'à un certain nombre d'inscrits. Une page de capture est simplement un formulaire qui permet de recevoir les adresses mail des visiteurs.

Si ton site est déjà créé, je te conseille de mettre une popup. Je sais, c'est moche et c'est chiant quand on visite un site.

Mais en fait non. C'est la méthode de capture la plus efficace sur un site web. Et de loin.

Si ton lead magnet (ton PDF, ou vidéo...) est bon, ton visiteur sera ravi de découvrir ta proposition. Encore une fois, seuls les inscrits comptent.


Patiente 15 à 20 secondes avant l'affichage (les personnes non intéressées par tes articles seront déjà parties).

Il y a une alternative. Tu peux afficher une popup lorsque l'utilisateur quitte le site.

Trop souvent je vois des gens qui cherchent à vendre avec la publicité. C'est une fausse bonne idée.

La publicité est avant tout à faire dans un but d'acquisition. Tout comme un blog.

Le but est d'avoir des inscrits qualifiés (intéressé réellement par ce que tu proposes). Tu peux ensuite envoyer tes offres par mail. Sans payer de la publicité. Autant de fois que tu le souhaites.



○ Pour ça, tu vas installer Wordpress sur l'hébergement de ton choix et définir ta page d'accueil comme formulaire d'inscription. N'oublie pas de spécifier sur ta page de l'ouverture proche de ton blog.

Tu peux trouver des modèles tout faits de formulaires sur ton autorépondeur.

Ne construis pas encore ton blog. Personne ne le connaît.

Crée plutôt un guide PDF, un audio ou encore une vidéo que tu proposeras pour motiver les personnes à s'inscrire. Explique le pourquoi, tes formations expliqueront le comment.

Communique sur les réseaux et redirige les personnes vers ta page d'inscription. Ou créer une publicité si tu as le budget.

Lorsque tu auras environ 500 à mille inscrits, tu pourras écrire un premier article. Soit patient(e) un site de moins de trente pages à du mal à se référencer.

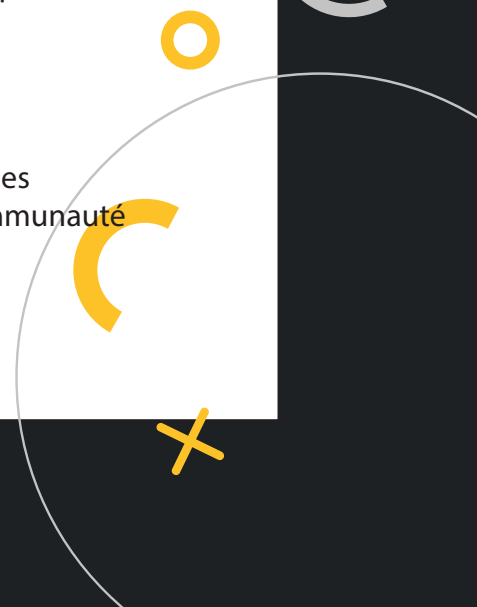
Prends l'habitude de communiquer par mail au moins une fois par semaine avec tes inscrits. Même si tu n'en as pas beaucoup.

Si tu attends d'avoir 1000 inscrits pour envoyer ton premier mail, plus de la moitié de ta liste t'auras oublié et sera passée à autre chose.

Considère un inscrit comme un client. Écrire pour un abonné de ta liste est plus utile que d'écrire un article pour d'hypothétiques visiteurs sur ton blog.

Une fois suffisamment d'inscrits...

Tu as maintenant juste à envoyer un message pour avoir des lecteurs sur ton blog. Et cerise sur le gâteau, tu as une communauté qui se construit sur les réseaux sociaux.



CONSTRUIRE UN BLOG

Comme tu le vois, le blog n'arrive qu'à la fin. Ce n'est pas ta priorité. Sauf si tu mises tout sur le référencement, car ça prend du temps.

Pour un business, un blog n'est pas indispensable. Il facilite les choses.

Je m'explique.

Ce dont tu as vraiment besoin c'est une page de capture et un autorépondeur.

Tu peux créer un business complet sur les réseaux sociaux. Beaucoup le font.

Le blog permet de partager ton expertise et d'engager une communauté. Tout comme les réseaux sociaux.

Cependant tu as une vitrine pour te présenter. Et un lieu qui t'appartient. C'est là la différence.

Il existe des templates (des mises en pages) que tu peux trouver gratuitement.

Ton blog doit-être construit dans un but d'acquisition en inscrit. N'oublie pas de raconter ton histoire.

Les boutons (appels à l'action) sont à mettre à des endroits stratégiques. Tu peux faire des tests gratuitement de tes pages.

Si tu ne sais pas quoi choisir comme couleur, regarde ce qui se fait dans ta thématique.

Au plus simple : une couleur, du noir et du blanc.

Que tu aies un simple portfolio, une boutique e-commerce ou une activité en ligne, construire un blog est un gros avantage.

Ton contenu reste en ligne des années et tu apportes de nouveaux visiteurs et inscrits chaque jour.

CRÉER UN PRODUIT

Je parle ici de formation en ligne. Un cours que tu peux créer sans montrer ta tête, même si je te conseille de mettre une photo de toi sur ton blog.

Une des méthodes que tu peux utiliser consiste à faire un sondage auprès de tes inscrits pour connaître le problème qu'ils aimeraient résoudre.

Ton produit expliquera comment résoudre ce problème. Un cours en ligne, un tuto.

Une autre méthode consiste à proposer du coaching dans un premier temps. Cette expérience te permettra de comprendre quel type de produit créer réellement.

Autre avantage, il n'y a rien à créer. Cependant il faut du temps à consacrer. C'est la différence avec les cours en ligne. Un cours peut se vendre jour et nuit sans limites.

Créer des cours en ligne est une formidable opportunité à la portée de tous. C'est simple à créer et potentiellement très rentable et épanouissant.

Faire découvrir son activité en aidant les autres apporte une satisfaction exceptionnelle.

En 2020, le marché de la formation en ligne représentait déjà 200 milliards d'euros. En 2025, il en représentera 325 milliards.

Si tu vends des produits physiques, une formation en ligne peut aider ton business. Ce n'est pas incompatible.

Ça te permet d'augmenter ta notoriété auprès de tes clients et de tes visiteurs.

OUF, CA Y EST !

○ Ce guide te permet de voir ce qu'il y a à mettre en place pour lancer ton business. Comme tu peux le voir, il y a du boulot...

Ce n'est pas insurmontable. Je l'ai moi-même fait en plus du travail que j'occupais. Avant le PSE de l'entreprise pour laquelle je travaillais.

Au début, tu pars de rien. Beaucoup d'étapes ne sont pas à reproduire par la suite.

Travaille un petit peu chaque jour sur ton projet. Forme-toi ou trouve des tutos sur les sujets qui te posent problème.

Un business c'est comme un avion. Il faut beaucoup d'énergie au départ pour décoller avant d'être en pilotage automatique.

Si tu souhaites un accompagnement dans ton projet, tu peux consulter mes services et formations sur le blog.

Ou me contacter directement pour parler de ton projet.

LIENS UTILES

- Pour terminer, voici quelques liens utiles dans la réalisation de ton projet :

Wordpress, pour créer ton blog : <https://wordpress.org/>

Thrive leads, pour créer des popups : <https://bit.ly/thrive-leads-inscription>

Elementor, pour créer des pages web : <https://trk.elementor.com/extension-elementor-pro>

Getresponse, un autorépondeur gratuit jusque 500 inscrits qui propose également de pages de capture : <https://bit.ly/3ckpsip>

Systeme.io, une solution tout en un pour ton marketing : <http://bit.ly/2Hvh906>

(choisir quand même Wordpress sur un hébergement pour ton blog).

Themeforest, pour trouver un thème premium pour ton activité : <https://1.envato.market/qvraY>

Faire des tests A/B pour comparer deux pages et sélectionner la meilleure : <https://marketingplatform.google.com/intl/fr/about/optimize/>

Mon blog : <https://webmarketing-debutant.fr/>

Merci d'avoir téléchargé ce guide, à bientôt.

MARC.

