

WORKBOOK : CHECKLIST DE LANCEMENT IMPARABLE

Introduction

Ce workbook est ton guide pas-à-pas pour maximiser l'impact de ton lancement de campagne. Une checklist rigoureuse n'est pas juste une option - c'est la garantie que ton système d'acquisition fonctionne parfaitement dès le premier jour.

Chaque étape ignorée peut te coûter des milliers d'euros et des semaines de retard. En suivant méthodiquement ce processus, tu sécurises ton investissement et optimises ton retour sur investissement.

Comment utiliser ce workbook:

1. Valide chaque élément dans l'ordre présenté
2. N'avance jamais à l'étape suivante avant d'avoir complété la précédente
3. Documente tes résultats et ajustements pour chaque section
4. Réalise une vérification finale avant de lancer toute campagne payante

Prêt à lancer une campagne qui convertit dès le premier jour ? C'est parti !

SECTION 1 : OPTIMISATION DE L'OFFRE

L'offre est le cœur de ton business. Si elle n'est pas parfaitement alignée avec ton marché, tout le reste est inutile.

A. Identification d'un marché profitable

- ☐ Analyse de demande réalisée
- ☐ Capacité de paiement du marché vérifiée
- ☐ Problématiques spécifiques identifiées
- ☐ Concurrence analysée

Notes sur ton marché cible :

Unset

B. Construction de l'offre et de ses composantes

- ☐ Proposition de valeur clairement définie
- ☐ Durée/format de l'offre précisés
- ☐ Prix et options de paiement fixés
- ☐ Bonus à forte valeur perçue intégrés

Description détaillée de ton offre :


Unset

C. Définition d'une garantie percutante

- ☐ Garantie formulée pour éliminer le risque client
- ☐ Conditions de la garantie clairement établies
- ☐ Garantie réaliste et tenable

Formulation exacte de ta garantie :

Unset

 **Pro tip:** Ton offre doit résoudre plusieurs problématiques en une seule solution. C'est ce qui justifie un prix premium et te différencie de la concurrence.

SECTION 2 : SETUP DU FUNNEL

Un funnel solide transforme l'attention en clients. Ne néglige aucun élément !

A. Préparation des preuves sociales

- ☐ Témoignages clients recueillis
- ☐ Études de cas documentées
- ☐ Résultats chiffrés compilés

Liste des preuves sociales disponibles :

Unset

B. Construction de la VSL (Video Sales Letter)

- ☐ Script finalisé et validé
- ☐ Enregistrement professionnel réalisé
- ☐ Sous-titres ajoutés
- ☐ Call-to-action clair intégré

Durée de la VSL : _____ minutes

Principaux points abordés dans la VSL : 1. 2. 3. 4.

C. Personnalisation du funnel

- ☐ Branding cohérent appliqué
- ☐ Formulaire d'opt-in aux couleurs de ta marque
- ☐ Titres H1/H2 optimisés pour la conversion
- ☐ Vidéo de remerciement créée

URL de ta page principale : _____

D. Configuration des automatisations

- ☐ Setup email configuré sur GHL
- ☐ Automatisations "sales process" éditées avec tes assets
- ☐ Formulaire de calendrier personnalisé
- ☐ Page de remerciement liée au formulaire de calendrier

Séquence d'emails planifiée :

1. Email 1 (J+0) :
2. Email 2 (J+1) :

3. Email 3 (J+3) :
4. Email 4 (J+5) :

E. Configuration des notifications

- ☐ Alertes d'opt-in via Zapier configurées
 - ☐ Alertes de meeting via Zapier configurées
 - ☐ Tests de toutes les notifications effectués
-

SECTION 3 : TEST COMPLET DU FUNNEL

Vérifie chaque étape du parcours avant de lancer toute campagne.

- ☐ Navigation entre toutes les étapes testée
- ☐ Formulaire d'opt-in validé avec plusieurs adresses email
- ☐ Notifications Discord vérifiées à chaque opt-in
- ☐ Fonctionnement de la prise de rendez-vous confirmé
- ☐ Séquence d'emails de nurturing testée
- ☐ Notifications de meeting vérifiées sur Discord

Points d'amélioration identifiés :

Unset

SECTION 4 : SETUP DE LA MÉTHODE DE VENTE

Un lead qualifié n'est rien sans une méthode de vente éprouvée.


A. Préparation des scripts

- ☐ Script de triage élaboré
- ☐ Questions de découverte préparées
- ☐ Pitch structuré selon la méthodologie BPC
- ☐ Objections anticipées et réponses préparées

Liste des 5 principales objections et leurs réponses : 1. 2. 3. 4. 5.

B. Système de suivi des prospects

- ☐ CRM configuré pour le suivi des leads
- ☐ Étapes du pipeline de vente définies
- ☐ Système de relance automatisé mis en place

 **Crucial:** Personnalise chaque script à ton offre et à ton style de communication. Un script générique se sent à des kilomètres et tue ta crédibilité.

SECTION 5 : LANCEMENT DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

A. Préparation des annonces

- ☐ Scripts d'annonces validés récupérés
- ☐ Visuels créés selon les spécifications
- ☐ Landing pages correspondantes vérifiées

B. Production vidéo

- ☐ Annonces enregistrées avec impact et énergie
- ☐ Qualité technique vérifiée (son, image, cadrage)
- ☐ Dynamisme et conviction perceptibles

Conseils pour l'enregistrement :

- Divise ton script en sections et concentre-toi sur une partie à la fois
- Répète plusieurs fois avant d'enregistrer pour être naturel
- Fais des essais sans enregistrer pour trouver ton rythme et ton énergie
- Réalise tes prises finales quand tu te sens prêt

C. Post-production

- ☐ Sous-titres ajoutés (avec submagic.co)
- ☐ Montage basique réalisé
- ☐ Silences superflus supprimés

D. Configuration technique

- ☐ Business manager configuré
- ☐ Pixel installé et vérifié
- ☐ Publics définis

- ☐ Budget initial fixé (50€-100€/jour)

⚠ IMPORTANT: Ne lance JAMAIS de campagne si l'une des étapes précédentes n'est pas complétée. Chaque euro investi en publicité sera gaspillé si ton système de conversion n'est pas 100% opérationnel.

SECTION 6 : VÉRIFICATION FINALE AVANT LANCEMENT

Dernière check avant d'investir ton premier euro en publicité :

- ☐ Fonctionnalité complète du funnel (tous les boutons et liens)
- ☐ Système de prise de rendez-vous opérationnel dans GHL
- ☐ Emails de bienvenue envoyés correctement
- ☐ Emails de confirmation de rendez-vous fonctionnels
- ☐ Notifications d'opt-in visibles sur Discord
- ☐ Notifications de rendez-vous visibles sur Discord

Notes finales avant lancement :

Unset

PLAN D'ACTION POUR LE LANCEMENT

Jour	Action	Responsabl e	Statut
J-14	Finalisation de l'offre		
J-10	Préparation des assets du funnel		
J-7	Configuration technique		
J-5	Tests complets du système		
J-3	Préparation des scripts de vente		

- J-1 Vérification finale
 - J0 Lancement des campagnes
 - J+1 Premier point d'optimisation
 - J+3 Ajustements des campagnes
 - J+7 Analyse des premiers résultats
-

CONCLUSION ET PROCHAINES ÉTAPES

Cette checklist de lancement est ton assurance qualité. Suivie à la lettre, elle maximise tes chances de succès et te permet d'éviter les erreurs coûteuses que font 95% des entrepreneurs lors de leur lancement.

Pour accélérer ton développement et mettre en œuvre ces principes avec notre accompagnement, découvre nos programmes :

STARTER

La méthode BPC, accessible en 24h. Tous les outils pour construire ton système de lancement, sans te perdre dans les vidéos YouTube ou les formations bullshit.

→ INVESTISSEMENT MINIMAL : 99€

ACCÉLÉRATEUR

Tu veux qu'on t'aide à bien appliquer la méthode ? On co-construit ton système avec toi : offre, funnel, campagnes, tout est challengé et validé par un expert BPC.

→ RETOUR SUR INVESTISSEMENT RAPIDE : 987€

SCALE

Tu n'as pas le temps ? Tu veux que ce soit fait pour toi, par une équipe qui l'a déjà fait pour des dizaines de clients B2B à 6 ou 7 chiffres ? On te livre un système d'acquisition prêt à scaler.

→ INVESTISSEMENT STRATÉGIQUE : 4.500€

INCUBATEUR BPC

Un programme d'association avec notre équipe d'experts. 3 mois de test et de lancement, puis un partenariat durable où nous devenons de véritables associés dans ton business.

Pour découvrir nos programmes : <https://masterclass.bpcorp.eu/catalogue>

WORKBOOK : OPTIMISATION STRATÉGIQUE DE TON PROFIL SOCIAL

Introduction

Ton profil social est bien plus qu'une simple présence en ligne - c'est une véritable machine de conversion qui travaille pour toi 24h/24. Ce workbook te guide dans la transformation de chaque élément de ton profil pour maximiser ton impact et attirer des prospects qualifiés.

Pourquoi c'est crucial : Un visiteur consacre moins de 7 secondes à évaluer ton profil avant de décider s'il te fait confiance ou non. Ces quelques secondes déterminent si tu vas convertir un simple visiteur en abonné fidèle, puis en client.

Comment utiliser ce workbook :

1. Analyse ton profil actuel selon les critères présentés
2. Applique les modifications recommandées pour chaque élément
3. Teste l'impact de tes optimisations en mesurant l'engagement
4. Ajuste continuellement en fonction des résultats

Prêt à transformer ton profil en véritable aimant à prospects ? C'est parti !

SECTION 1 : ÉVALUATION DE TON PROFIL ACTUEL

Avant d'optimiser, évalue objectivement où tu en es. Note chaque élément de 1 à 10 :

Élément	Note actuelle (1-10)	Points d'amélioration identifiés
Photo de profil		
Bannière		
Titre/Headline		
Bio/À propos		
Posts épinglés/Sélection		

Preuves sociales
visibles

Call-to-action clair

SECTION 2 : OPTIMISATION DE TA PHOTO DE PROFIL

A. Caractéristiques d'une photo de profil efficace

- ☐ Cadrage serré sur ton visage (visible même en miniature)
- ☐ Expression engageante et professionnelle
- ☐ Éclairage de qualité (pas de zones d'ombre sur le visage)
- ☐ Arrière-plan neutre ou en cohérence avec ton branding
- ☐ Cercle de couleur identitaire pour être facilement reconnaissable

B. Plan d'optimisation

Quelle image projettes-tu actuellement ?

Unset

Quelle image souhaites-tu projeter ?

Unset

Actions concrètes pour améliorer ta photo : 1. 2. 3.

Outil recommandé : [PFPmaker.com](https://pfp-maker.com) - Crée des photos de profil optimisées en quelques clics

SECTION 3 : CRÉATION D'UNE BANNIÈRE STRATÉGIQUE

A. Structure de bannière efficace

- [] Mention claire de ton audience cible (qui tu aides)
- [] Explication de comment tu les aides (ton expertise/service)
- [] Présentation du résultat concret qu'ils obtiennent
- [] Intégration d'un élément de preuve sociale (témoignages, résultats)

B. Conception de ta bannière optimisée

Message principal à communiquer :

Unset

Formulation exacte pour ta bannière :

Unset

Éléments visuels à intégrer :

Unset

Dimensions à respecter par plateforme :

- LinkedIn : 1584 x 396 pixels
- Twitter : 1500 x 500 pixels
- Facebook : 851 x 315 pixels

SECTION 4 : RÉDACTION D'UNE BIO CONVERTISSANTE

A. Les 5 questions essentielles

Ta bio doit répondre clairement à ces questions :

1. **De quoi parles-tu ?** (ton domaine d'expertise précis)

Unset

2. **Quelle est ton offre principale ?** (ton service phare)

Unset

3. **Pourquoi les gens devraient te suivre ?** (la valeur unique)

Unset

4. **À qui tu t'adresses précisément ?** (ton audience cible)

Unset

5. **Pourquoi es-tu crédible ?** (résultats, clients, expérience)

Unset

B. Formulation complète de ta bio

Version LinkedIn :

Unset

Version Twitter :

Unset

Version Instagram :

Unset

À éviter absolument :

- Les hashtags inutiles
- Les emoji en surnombre
- Le jargon technique incompréhensible
- Les formulations vagues ou génériques

SECTION 5 : OPTIMISATIONS SPÉCIFIQUES PAR PLATEFORME

A. Twitter

- [] Localisation transformée en CTA vers ton site ou Calendly
- [] Tweet épinglé stratégique mis en place

Formulation de ta localisation :

Unset

Type de tweet épinglé choisi :

- ☐ Thread démonstratif de ton expertise + CTA
- ☐ Lead magnet avec système d'AutoDM

Contenu de ton tweet épinglé :

Unset

B. LinkedIn

- ☐ Lien direct placé dans ta bio
- ☐ Section "Ma sélection" optimisée
- ☐ Section "Info" structurée selon AIDA
- ☐ Section "Expérience" détaillée stratégiquement
- ☐ Recommandations sollicitées

Plan pour ta section "Ma sélection" :

1. Post case study :
2. Lead magnet :
3. CTA vers calendrier :

Structure AIDA pour ta section "Info" :

Unset

Attention :

Intérêt :

Désir :

Action :

Stratégie pour obtenir des recommandations :

Unset

C. Instagram

- [] Bio cohérente avec tes autres plateformes
- [] Highlights stratégiques créés

Plan pour tes highlights : 1. 2. 3. 4.

SECTION 6 : INTÉGRATION DES CALLS-TO-ACTION

Les CTA sont essentiels pour transformer les visiteurs en leads. Définis tes CTA pour chaque plateforme :

A. CTA principal

Quelle action précise veux-tu que les visiteurs réalisent ?

Unset

B. Placement stratégique des CTA

Plateforme	Emplacement du CTA	Formulation exacte
------------	--------------------	--------------------

LinkedIn		
----------	--	--

Twitter

Instagram

Facebook

SECTION 7 : PLAN D'ACTION POUR L'IMPLÉMENTATION

Planifie la mise en œuvre de toutes ces optimisations :

Jour	Action	Plateforme	Statut
------	--------	------------	--------

J1			
----	--	--	--

J2			
----	--	--	--

J3			
----	--	--	--

J4			
----	--	--	--


J5			
----	--	--	--

Liste de vérification finale

Avant toute activité de prospection, assure-toi que :

- ☐ Ta photo de profil est professionnelle et reconnaissable
 - ☐ Ta bannière communique clairement ta proposition de valeur
 - ☐ Ta bio répond aux 5 questions essentielles
 - ☐ Ton tweet épinglé/sélection LinkedIn est stratégique
 - ☐ Tu as optimisé chaque section spécifique à la plateforme
 - ☐ Tu as intégré des preuves sociales visibles
 - ☐ Tes CTA sont clairs et incitent à l'action
-

CONCLUSION ET PROCHAINES ÉTAPES

 **IMPORTANT** : Ne commence jamais ta prospection si ton profil n'est pas optimisé. C'est comme inviter des clients potentiels dans un magasin dont la vitrine est brisée et les étagères vides.

Ton profil social optimisé va désormais travailler pour toi 24h/24, attirant des prospects qualifiés et les convertissant en leads. C'est la fondation indispensable de toute stratégie d'acquisition client efficace.

Pour accélérer ton développement et mettre en œuvre ces principes avec notre accompagnement, découvre nos programmes :

STARTER

La méthode BPC, accessible en 24h. Tous les templates pour optimiser ton profil, sans te perdre dans les vidéos YouTube ou les formations bullshit.

→ INVESTISSEMENT MINIMAL : 99€

ACCÉLÉRATEUR

Tu veux qu'on t'aide à personnaliser ton profil ? On co-construit ta présence en ligne avec toi : photo, bannière, bio, tout est challengé et validé par un expert BPC.

→ RETOUR SUR INVESTISSEMENT RAPIDE : 987€

SCALE

Tu n'as pas le temps ? Tu veux que ce soit fait pour toi, par une équipe qui l'a déjà fait pour des dizaines de clients B2B à 6 ou 7 chiffres ? On te livre un profil optimisé prêt à convertir.

→ INVESTISSEMENT STRATÉGIQUE : 4.500€

Pour découvrir nos programmes : <https://masterclass.bpcorp.eu/catalogue>

WORKBOOK : STRATÉGIE D'AUGMENTATION DE PRIX

Introduction

L'augmentation de prix est l'un des leviers psychologiques les plus puissants dont tu disposes pour générer rapidement des conversions. Cette stratégie exploite l'aversion à la perte, un principe fondamental en psychologie comportementale.

Ce workbook te guide pas à pas dans la mise en place d'une campagne d'augmentation de prix structurée et crédible qui va te permettre de réactiver des prospects dormants et de créer une urgence légitime à l'action.

Comment utiliser ce workbook :

1. Définis clairement la justification de ton augmentation
2. Prépare tes communications et ton timing
3. Structure ta campagne sur tous tes canaux

4. Analyse tes résultats pour affiner ta stratégie

Prêt à transformer ton augmentation de prix en opportunité de conversion ? C'est parti !

SECTION 1 : FONDEMENTS DE TA STRATÉGIE

A. Analyse de ta situation actuelle

Aspect	Détails
Prix actuel de ton offre	
Date de la dernière augmentation	
Nombre de prospects dans ta base de données	
Taux de conversion moyen actuel	
Principaux canaux de communication	

B. Définition de ta nouvelle offre

Élément	Description
Nouveau prix planifié	
Date prévue pour l'augmentation	
Valeur ajoutée justifiant l'augmentation	
Bonus exclusifs pour les décisions rapides	

C. Justification crédible de ton augmentation

Une augmentation sans explication convaincante perd toute crédibilité. Développe ci-dessous une justification solide :

Raisons principales de ton augmentation :

Unset

Valeur ajoutée pour le client :

Unset

Comment présenter cela de façon positive :

Unset

SECTION 2 : PLANIFICATION DE TA CAMPAGNE

A. Calendrier stratégique

Phase	Timing	Canaux	Objectif
Annonce initiale	J-14		
Rappels intermédiaires	J-10 à J-3		
Urgence finale	J-2 à J-0		
Confirmation	J+1		

B. Segmentation de ton audience

Qui dois-tu cibler prioritairement ? Définis tes segments :

- ☐ Prospects ayant déjà manifesté de l'intérêt
- ☐ Anciens clients potentiellement intéressés par ton offre actuelle
- ☐ Leads froids nécessitant réactivation

- [] Autres :

Stratégie par segment :

Unset

SECTION 3 : CRÉATION DE TES COMMUNICATIONS

A. Email d'annonce initial

Adapte ce modèle à ton offre et ton style :

Unset

Bonjour {{firstname}},

Suite à notre dernier échange, je tenais à t'informer que nous allons augmenter nos prix le {{date}}.

Voici pourquoi :

[Ta justification crédible et positive]

Voici ce qu'en disent nos clients :

[Témoignage client 1]

[Témoignage client 2]

[Témoignage client 3]

Tu te demandes probablement à quoi ressemblera cette augmentation et ce que nous allons inclure de plus.

À partir du {{date}}, nous conserverons notre offre principale, mais nous y ajouterons également [nouveau livrable/valeur ajoutée].

Notre tarif passera de {{prix actuel}} à {{nouveau prix}}.

Si tu as envisagé de collaborer avec nous au tarif actuel, tu as 14 jours pour en profiter avant l'augmentation.

Est-ce une opportunité que tu souhaites saisir ?

[Ton prénom]

Ton email d'annonce personnalisé :

Unset

B. Communications de suivi

Planifie le contenu de tes 3-6 communications :

Email/Message #2 (J-10) :

Unset

Email/Message #3 (J-7) :

Unset

Email/Message #4 (J-4) :

Unset

Email/Message #5 (J-2) :

Unset

Email/Message #6 (J-1) :

Unset

C. Messages pour réseaux sociaux

Prépare des posts adaptés à chaque plateforme :

Post LinkedIn :

Unset

Story Instagram :

Unset

Tweet :

Unset

SECTION 4 : PRÉPARATION DE TON ÉQUIPE

A. Briefing d'équipe

- ☐ Tous les membres de ton équipe connaissent la date d'augmentation
- ☐ Ils comprennent les raisons de l'augmentation
- ☐ Ils maîtrisent les arguments de vente spécifiques à cette période
- ☐ Ils savent comment gérer les objections liées au timing

Script pour gérer les objections courantes :

Unset

B. Anticipation des demandes

Prépare ton équipe et ton système à gérer un volume potentiellement plus important :

- ☐ Capacité d'appels/meetings augmentée pendant cette période
- ☐ Processus de vente accéléré mis en place
- ☐ Templates de réponse préparés pour les questions fréquentes
- ☐ Système de suivi adapté pour les prospects "dernière minute"

SECTION 5 : MESURE ET OPTIMISATION

A. KPIs à suivre

Indicateur	Objectif	Méthode de suivi
Taux d'ouverture des emails		

Taux de clic

Nombre de rendez-vous
générés

Taux de conversion

ROI de la campagne

B. Analyse post-campagne

À compléter après la campagne :

Ce qui a bien fonctionné :

Unset

Ce qui pourrait être amélioré :

Unset

Leçons pour la prochaine augmentation :

Unset

PLAN D'ACTION DÉTAILLÉ

Jour	Action	Responsable	Statut
J-21	Définir l'augmentation et sa justification		

- J-18 Préparer tous les assets (emails, posts)
 - J-14 Envoyer l'annonce initiale
 - J-10 Premier rappel
 - J-7 Deuxième rappel
 - J-4 Troisième rappel
 - J-2 Communication d'urgence
 - J-1 Dernier appel
 - J0 Application de l'augmentation
 - J+1 Confirmation et analyse initiale
 - J+7 Analyse complète de la campagne
-

CONCLUSION ET PROCHAINES ÉTAPES

Une campagne d'augmentation de prix bien exécutée peut devenir l'un de tes meilleurs leviers de conversion. En créant une justification crédible et une urgence légitime, tu permets à tes prospects de prendre une décision qu'ils reportaient peut-être depuis longtemps.

Pour accélérer ton développement et mettre en œuvre cette stratégie avec notre accompagnement, découvre nos programmes :

STARTER

La méthode BPC, accessible en 24h. Tous les templates d'emails d'augmentation de prix et notre guide détaillé pour maximiser les conversions.

→ INVESTISSEMENT MINIMAL : 99€

ACCÉLÉRATEUR

Tu veux qu'on t'aide à personnaliser ta stratégie ? Notre équipe rédige l'intégralité de ta séquence d'emails et te conseille sur le timing optimal de chaque communication.

→ RETOUR SUR INVESTISSEMENT RAPIDE : 987€

SCALE

Tu n'as pas le temps ? Notre équipe prend en charge l'intégralité de ta campagne, depuis la rédaction jusqu'à l'exécution et l'analyse des résultats.

→ INVESTISSEMENT STRATÉGIQUE : 4.500€

INCUBATEUR BPC

Nous intégrons cette stratégie dans ton plan de croissance global et l'exécutons de A à Z pour maximiser ton ROI.

Pour découvrir nos programmes : <https://masterclass.bpcorp.eu/catalogue>