

Workbook Module 3 : Communication avec ton audience

Introduction

La communication avec ton audience est l'un des piliers fondamentaux de ton système d'acquisition client. Ce workbook complet te guide à travers les stratégies essentielles pour construire une relation solide avec ton audience et convertir efficacement tes prospects en clients.

En suivant ce guide, tu apprendras à :

- Créer et animer un groupe privé performant
- Envoyer des emails engageants à ta liste
- Mettre en place une séquence de bienvenue qui convertit

L'objectif est simple : te donner tous les outils pour établir une communication directe avec ton audience, indépendante des algorithmes et entièrement sous ton contrôle.

PARTIE 1 : Pourquoi avoir un groupe privé ?

Les bénéfices stratégiques d'un groupe privé

Un groupe privé n'est pas qu'un simple canal de communication - c'est un atout stratégique qui peut transformer radicalement ton business. Voici les principaux avantages :

1. Construction de ta marque

Pour chacun de ces points, note comment cela pourrait s'appliquer à ton business :

Comment un groupe privé pourrait renforcer ton identité de marque ?

Quelles valeurs souhaites-tu partager avec ta communauté ?

2. Accélération de la conversion

Quel est actuellement ton cycle de vente moyen ?

Comment un groupe privé pourrait-il raccourcir ce cycle ?

3. Valeur exponentielle de la communauté

Quels types de partages d'expériences entre membres seraient bénéfiques ?

Comment une culture commune autour de tes valeurs pourrait renforcer ton positionnement ?

Le cercle vertueux du groupe privé

Un groupe efficace fonctionne comme un écosystème gagnant-gagnant :

- Tu apportes une valeur constante
- Ta communauté grandit et s'engage
- Tes ventes augmentent organiquement
- Ta réputation se renforce

Définis ton cercle vertueux personnel :

Valeur constante que tu vas apporter :

Comment tu vas favoriser l'engagement :

Stratégie de conversion naturelle :

PARTIE 2 : Créer son groupe privé

Nommer efficacement ton groupe

Le nom de ton groupe est crucial - il doit être mémorisable instantanément.

Approche problème-solution :

Problème majeur de ton audience :

Leur désir final :

Nom combinant ces éléments :

Approche marque :

Nom de ton entreprise + terme fédérateur (Academy, Cercle, Club) :

Mon choix final pour le nom du groupe :

Questions stratégiques pour les nouveaux membres

Prépare tes 3 questions d'admission :

1. Question d'identification :

2. Question pour collecter l'email :

3. Question d'engagement direct :

Séquence d'emails automatisée pour convertir

Mail 1 : Bienvenue et première valeur

Unset

Objet : Bienvenue dans [nom du groupe] !

Salut [prénom],

Merci d'avoir rejoint [nom du groupe] !

Si tu es [industrie cible] et que tu veux [bénéfice], j'ai créé...

Call to action :

À très vite dans le groupe,
[Ta signature]

Mail 2 : Démonstration de valeur

Unset

Objet : [coût d'opportunité de ta solution]

Hello [prénom],

J'ai vu que tu as rejoint le groupe récemment, alors je voulais te montrer...

Call to action :

À ton succès,
[Ta signature]

Mail 3 : Proposition d'appel

Unset

Objet : Je résous tes problèmes

Salut [prénom],

Ça fait une semaine que tu fais partie du groupe et j'ai quelque chose à te proposer.

Call to action :

Passe une excellente semaine !

[Ta signature]

Stratégie de contenu pour maximiser l'engagement

Identifie tes types de contenus :

Contenus "AutoDM" à partager :

- _____
- _____

Études de cas concrètes :

- _____
- _____

Questions d'engagement automatisables :

- "Sur quoi travaillez-vous aujourd'hui ?"
- "Quelles victoires avez-vous à partager cette semaine ?"
- "Quelle est votre plus grande difficulté en ce moment avec X ?"

Ma fréquence de publication : _____ fois par semaine

Plan d'action pour lancer ton groupe

- [] Plateforme choisie : _____
- [] Nom du groupe : _____

- [] Questions d'admission configurées : _____
- [] Séquence d'emails mise en place : _____
- [] 5 premiers contenus préparés : _____
- [] Premiers membres invités : _____

Date de lancement prévue : _____

PARTIE 3 : Envoyer des emails à ta liste

Pourquoi la newsletter est un actif stratégique majeur

Une newsletter efficace est l'un des piliers les plus sous-estimés de ton système d'acquisition. Elle te permet de :

- Rester "top-of-mind" chez tes prospects
- Déclencher des prises de rendez-vous avec des prospects déjà chauffés
- Éduquer ton audience sur ta méthode
- Créer un canal de communication que tu possèdes à 100%

Dans un monde où les algorithmes changent constamment, ta liste email est le seul canal qui t'appartient vraiment.

Le système de newsletter efficace en 3 parties

1. Workflow de repurposing simplifié

Identifie les contenus à transformer :

Posts LinkedIn à forte valeur :

- _____
- _____

Vidéos/contenus longs :

- _____
- _____

Succès clients :

- _____
- _____

Fréquence idéale : Entre 1 fois par semaine (minimum) et quotidien (pour les plus ambitieux)

2. L'art de l'objet de mail qui convertit

L'objet est la porte d'entrée de ton email - il doit être court et susciter la curiosité.

Crée 5 objets d'emails percutants :

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Principe fondamental : L'objet doit créer une boucle ouverte que le lecteur veut fermer.

3. Structure du corps de l'email qui engage

La structure narrative est la plus puissante pour créer de l'engagement :

Unset

AVANT → J'avais [problème] et je ressentais [émotion négative]

DÉCLENCHEUR → Puis [événement déclencheur] est arrivé

SOLUTION → J'ai découvert/créé [ta méthode/solution]

APRÈS → Ce qui m'a permis d'obtenir [bénéfice 1, 2, 3]

Points clés :

- Utilise des paragraphes courts (1-2 lignes maximum)
- Évite les blocs de texte trop longs
- Inclus des histoires concrètes avec chiffres et résultats
- Sois authentique - partage les échecs et les victoires

4. Call-to-Action stratégique

Ton CTA doit être aligné avec l'objectif spécifique de chaque email :

Pour générer des appels :

Pour éduquer :

Pour vendre :

Règle d'or : Un seul CTA principal par email pour maximiser les conversions

Outils recommandés pour ta newsletter

- [] GoHighLevel (mon choix personnel pour l'automatisation)
- [] ActiveCampaign (pour des séquences avancées)
- [] ConvertKit (excellent pour les créateurs de contenu)
- [] Substack (si tu veux aussi monétiser ton contenu)

PARTIE 4 : Créer une séquence de bienvenue efficace

Pourquoi c'est stratégiquement crucial ?

Une séquence de bienvenue bien construite est ton filet de sécurité pour ne jamais perdre un prospect qualifié. Elle sert à :

- Pitcher une nouvelle fois l'appel après l'opt-in de tes prospects
- Récupérer les prospects qui ont donné un mauvais numéro
- Offrir plusieurs points d'entrée dans ton écosystème
- Éduquer progressivement ton prospect sur ta méthode

La séquence de bienvenue est souvent la différence entre un taux de conversion de 5% et 25% sur tes leads entrants.

Structure d'une séquence de bienvenue performante

Mail 1 - Histoire + Problématique → Solution

Unset

Objet : [Prénom], tu vaux mieux que ça

Hello [Prénom], tu vas bien ?

Je t'épargne les pitches classiques de "si tu veux gagner X en (temps) avec (méthode)" parce qu'on vaut mieux que ça, donc je vais plutôt te raconter une rapide histoire.

[Ton histoire] :

[Tes problématiques] :

-

-

-

[Ta solution] :

[Call to action] :

À très vite,
[Ta signature]

Mail 2 - Bénéfice principal + Social Proof

Unset

Objet : Chaque post = Plus de MRR

Salut [Prénom],

[Question engageante liée à ton bénéfice principal] :

[Preuve sociale - résultats obtenus] :

[Call to action] :

À très vite,
[Ta signature]

Mail 3 - Problématiques du prospect → Bénéfices

Unset

Objet : Ta réalité actuelle vs ce qui est possible

[Prénom], dis-moi si je me trompe mais t'es dans cette situation
:

[Description de la situation idéale] :

-

-

-

[Call to action] :

À très vite,
[Ta signature]

Mail 4 - Offre de valeur gratuite

Unset

Objet : [Prénom], ma stratégie pour toi (si tu n'as pas pris de call)

Hey [Prénom], je vois que t'as pas encore pris de call avec moi.

[Offre de valeur gratuite] :

[Call to action] :

À très vite,
[Ta signature]

Mail 5 - Étude de cas concrète

Unset

Objet : Comment mes clients deviennent viraux

Hey [Prénom], je te montre comment des dizaines de clients sont partis viraux après avoir suivi mes conseils.

[Description de l'étude de cas] :

[Call to action] :

À très vite,
[Ta signature]

Mail 6 - Valeur maximale + Fermeture en douceur

Unset

Objet : Ma stratégie complète (cadeau d'adieu)

Je vais pas plus t'embêter, mais j'aimerais partir en gentleman.

[Description de la valeur offerte] :

[Call to action final] :

À bientôt,

[Ta signature]

La structure narrative parfaite pour chaque mail

Pour rédiger des emails qui convertissent, utilise cette structure narrative éprouvée :

1. La situation AVANT (Frustrations)

Unset

"Avant j'étais dans [situation] et je ressentais :

- [Frustration 1]
- [Frustration 2]
- [Frustration 3]

Et [conséquence logique de la frustration]"

2. Le DÉCLENCHEUR

Unset

"Et puis [événement déclencheur qui m'a permis de trouver la solution]"

3. La SOLUTION et l'APRÈS

Unset

"Solution qui me permet de [bénéfice 1, 2, 3] et qui [efface frustration 1, 2, 3]
mais surtout [gros bénéfice ultime]

Donc si tu veux implémenter la solution dans ton business, clique ici"

Conseils techniques pour une séquence optimale

- **Timing** : Espace tes emails de 1-2 jours (jamais plus de 3 jours entre deux emails)
- **Objets** : Garde-les courts (moins de 50 caractères) et créeurs de curiosité
- **Personnalisation** : Utilise toujours le prénom au minimum 2 fois par email
- **Format** : Paragraphes de 1-2 lignes maximum pour une lecture facile sur mobile
- **Tests** : Analyse quels mails ont les meilleurs taux d'ouverture et de clic pour optimiser

Plan d'action global pour ta communication

1. **Semaine 1** : Créer ton groupe privé et configurer les questions d'admission
2. **Semaine 2** : Mettre en place ta séquence de bienvenue
3. **Semaine 3** : Configurer ton système de newsletter et préparer tes 5 premiers emails
4. **Semaine 4** : Inviter tes premiers membres et lancer le cercle vertueux

Date de début : _____

Objectif à 90 jours : _____

Conclusion et prochaines étapes

En mettant en place ces trois piliers de communication (groupe privé, newsletter, séquence de bienvenue), tu crées un système complet qui te permet de :

- Construire une relation solide avec ton audience
- Rester présent à l'esprit de tes prospects
- Convertir naturellement tes leads en clients
- Te positionner comme l'autorité incontestable dans ton domaine

La clé du succès réside dans la cohérence et la régularité. Commence par l'élément qui te semble le plus accessible, puis construis progressivement ton système complet.

Pour accélérer tes résultats et mettre en place ces stratégies rapidement :

- **STARTER (99€)** : Accède à tous nos templates et systèmes pour lancer ta communication en 24h seulement.
- **ACCÉLÉRATEUR (987€)** : Notre équipe co-construit ton système avec toi, en challengeant et validant chaque élément pour garantir des résultats rapides.
- **SCALE (4.500€)** : Nous prenons en charge l'intégralité de ta stratégie de communication, depuis la création jusqu'à l'optimisation continue.
- **Incubateur BPC** : Nous intégrons ces trois piliers dans une stratégie globale pour ton business et en assurons l'exécution complète.