

Coaches, Consultants, Thérapeutes, Formateurs

Développez votre Clientèle par Internet

Com'
Coach 

Le Générateur Automatique
de Clientèle par le Web



Cédric Copy

A PROPOS DE L'AUTEUR



Pour ce premier livre, Cédric Copy a choisi de regrouper et d'organiser les techniques utiles aux indépendants et professionnels du développement personnel pour apprendre à tirer parti des possibilités du Web et promouvoir et enrichir leur activité.

Son objectif est les aider à trouver des clients, packager leurs séances de coaching, de thérapie ou de formation sous d'autres formes pour toucher un public plus large.

Faire que les professionnels du développement personnel et professionnel puissent avoir une vie financièrement plus gratifiante et qu'ils puissent bénéficier de l'atout stratégique que représente la taille de leur business.

La finalité de cet ouvrage est d'augmenter considérablement le nombre de personnes touchées par la formation, le coaching et les médecines alternatives. Aider plus de personnes à se développer dans un objectif global pour la planète.

Cédric Copy est de nationalité française et est âgé de 29 ans. Il a obtenu son Master en Informatique au sein de la « School of Computing, Communications and Electronics » de l'université de Plymouth au Royaume-Uni courant 2007. Son projet avait pour but le développement d'un système de vente et recommandations de données marketing « business to business » en ligne, basé sur des outils et méthodes de Business Intelligence avancés. C'est au début de ce projet alors qu'il a commencé à s'intéresser au marketing et plus spécifiquement au marketing en ligne.

Il a réalisé ce projet à plein temps et complété sa thèse de Master de recherche en parallèle à mi-temps. Il a également obtenu un NVQ Level 4 in management (équivalent à une licence en management au Royaume Uni) pour la conduite de son projet.

Il est ensuite venu s'installer dans la région de Genève et de France voisine fin 2006. Il y a travaillé en tant qu'ingénieur système et développement au sein du département Web et Systèmes d'Information du plus grand laboratoire de recherche en Physique des Particules au monde : Le CERN.

En parallèle, il s'est formé depuis 2004 aux méthodes de développement personnel et professionnel. Il a obtenu son certificat de praticien en PNL en 2006 et été certifié coach professionnel en Janvier 2009. Passionné par l'évolution personnelle, il a ouvert le cabinet Com'Coach en Novembre 2009 pour aider les indépendants spécialisés dans la transmission d'information à utiliser les possibilités du Marketing Web à travers de la consultance, de la formation et des produits d'information. L'autre mission du cabinet Com'Coach est le coaching en Marketing personnel pour aider les professionnels à booster leur carrière. Vous pouvez joindre Cédric Copy à l'adresse suivante : contact@cabinetComCoach.com.

MENTIONS LÉGALES

Un paragraphe de rappel sur les droits d'auteur.

Le code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions à destinées à un usage collectif. Toute représentation ou reproduction faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de son auteur ou de ses ayants droit, est illicite et constitue une contrefaçon aux termes des articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Enfreindre cette loi vous rend passible de poursuites judiciaires.

Chaque exemplaire est estampillé électroniquement avec les coordonnées fournies par l'acheteur pour s'assurer qu'il n'est pas diffusé de façon illégale.

Ce livre est vendu à un prix raisonnable et vous pouvez vous procurer votre exemplaire en toute légalité en vous rendant a cette adresse : <http://www.marketingwebpourindependants.com>.

Maintenant que les formalités administratives sont faites, il ne nous reste plus qu'à entrer dans le monde du Générateur de Clientèle par le Web.

INTRODUCTION

Pourquoi ce livre ? le but premier de cet ouvrage est d'aider les indépendants qui travaillent dans le domaine de la transmission d'information et du développement personnel à toucher un public plus large tout en ayant à la fois une approche plus ciblée. Internet permet d'avoir un impact plus large sur la population que ce soit par la consultation, le coaching, la thérapie ou la formation.

A l'heure actuelle, nous sommes pour la plupart des travailleurs de l'intellect. Ces activités de développement personnel et d'apprentissage élèvent le niveau de conscience de l'humanité. C'est à mon sens le seul moyen d'aider l'Homme à se sortir du mauvais pas des menaces écologiques, de la pauvreté et de l'ignorance par rapport à la façon dont il fonctionne.

Quel est le lien avec le Générateur Automatique de Clientèle par le Web ?

Étant moi même coach professionnel certifié, j'ai visité beaucoup de sites d'indépendants. Ceux-ci m'ont souvent mené de la peur à l'effroi par le manque d'efficacité évident de leur approche marketing en ligne.

Il est extrêmement dommage que le phénoménal outil de marketing direct que représente le web ne soit pas exploité du tout par cette population. Ayant un cursus à dominante informatique, je suis également passionné par le marketing web et le développement personnel.

Le but de ce livre est de partager avec vous les façons d'utiliser les multiples opportunités qu'offre le Web pour se faire connaître soi et son activité mais aussi pour attirer de la clientèle et maintenir une relation de qualité sur le long terme avec celle-ci de façon automatisée.

Pour que ce soit clair, automatisation ne signifie pas qu'il n'y a pas de travail à accomplir ni une courbe d'apprentissage à parcourir. Par contre cela signifie qu'une fois que vous aurez maîtrisé les concepts que je détaille dans ce livre vous aurez devant vous une multitude de moyens techniques pour faire passer les messages qui vous tiennent à cœur et pour faire que ceux-ci soient entendus par un maximum de personnes.

Vous pouvez avoir le meilleur produit ou service au monde, si vous ne le faites connaître qu'à une personne à la fois vous n'irez pas aussi loin que vous le pourriez. La tâche que vous accomplirez ne sera pas aussi significative que si vous utilisez les moyens dont je parle dans ce livre pour faire évoluer votre activité.

Internet ne va pas disparaître – ce réseau a déjà fait changer les façons dont nous consommons l'information et va continuer à beaucoup les faire évoluer. La méthode et les techniques que je partage dans ce livre vont vous aider à en tirer le meilleur parti.

Cependant rien ne se passera si vous n'agissez pas. Si vous le faites trop tard, tout sera déjà différent. Si au contraire vous acquérez les bases puis les méthodes avancées que je partage dans ce livre, vous serez capable de vous adapter rapidement et de mettre en pratique les dernières possibilités issues des technologies du Web au fur et à mesure qu'elles se présentent.

Une autre chose importante que je tiens à préciser est que vous n'avez pas besoin d'être un savant ou un génie de l'informatique pour mettre en place les outils dont je vous parle dans ce livre. La majorité des outils présentés et expliqués ici relèvent du niveau de connaissance d'un utilisateur d'internet basique. Si vous pouvez aller sur internet, lire vos emails et créer un compte sur un site, vous avez déjà en vous toutes les ressources nécessaires pour mettre en place le Générateur de clientèle par le Web dans votre activité.

J'ai recherché pour vous, les ressources les plus efficaces du Web et les méthodes les plus faciles à réaliser. Votre compréhension risque d'être mise à l'épreuve en quelques occasions. J'ai fait en sorte de vulgariser le langage utilisé pour qu'il soit compréhensible par tout un chacun. Ayez une vision à long terme, une volonté d'investissement et la conviction que vous pouvez y arriver. J'ai tout ça pour vous qui lisez ces lignes et vais m'efforcer dans ces pages de vous transmettre tout le savoir-faire et la connaissance nécessaire. Alors n'en parlons pas plus longtemps et entrons dans le vif du sujet.

Au succès de votre activité sur Internet !

Cédric Copy – Coach et Consultant Com'Coach

Chapitre #1 - L'engrenage du modèle traditionnel



La fin des séances d'introduction gratuites

Vous connaissez sûrement le paradigme recommandé lorsque l'on débute dans une activité : donner gratuitement de son temps et de son expertise pour se faire un nom. Vous donnez ainsi la possibilité à vos prospects de se faire une idée de vous et de vos compétences.

C'est un très bon modèle – tout le monde aime savoir ce qu'il achète. Si vous offrez un service, la personne a envie de vous connaître tout comme vous pouvez avoir envie de la connaître avant d'envisager une relation de clientèle. C'est d'autant plus vrai si cela implique des changements dans sa vie personnelle ou professionnelle.

Tant que vous vous formez et que vous débutez, en offrant des heures de coaching, de consultance, de présentation et d'enseignement gratuites vous obtenez de l'expérience pratique ainsi que des compétences qui sont essentielles pour faire connaître et reconnaître votre expertise.

Cependant, il y a un moment où vous avez assez d'expérience et où vous n'avez plus besoin de prouver à qui que ce soit que vous faites un travail de qualité. Alors comment changer la situation ? vous pouvez décider de ne plus faire de gratuité et renvoyer d'où elles viennent les personnes qui vous demandent des séances d'essai gratuites. Ceci n'est pas forcément bon pour le bouche à oreille et vous perdez peut-être aussi des clients dans le lot.

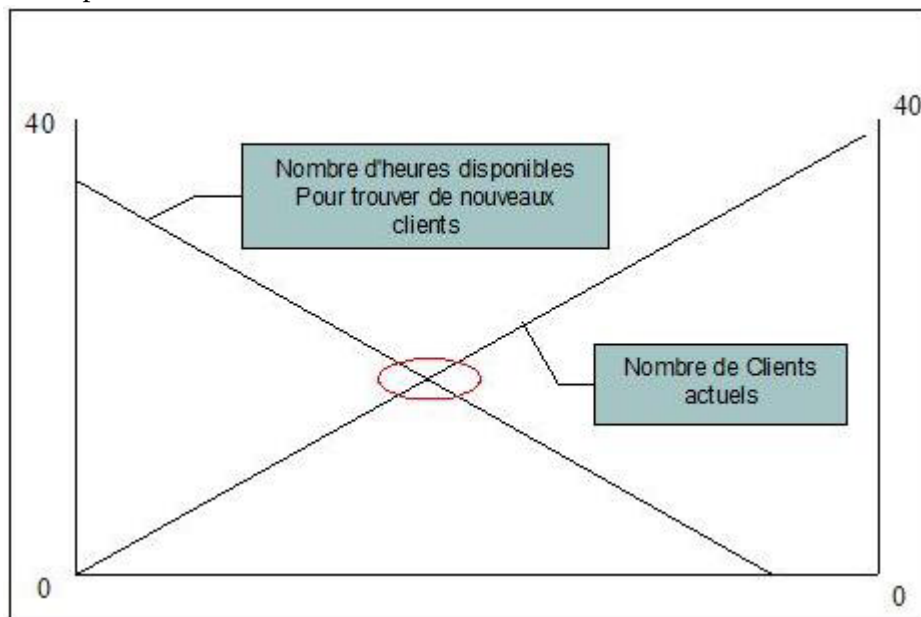
En étant dans un modèle où vous échangez votre temps contre de l'argent, une heure avec un client qui ne paye pas et ne devient pas votre client, c'est une heure que vous ne passez pas à marketer votre pratique et à trouver de nouveaux clients payants. Bien sûr vous aidez quelqu'un gratuitement mais ne pourraient-elles pas investir dans leur développement sur le long terme avec vous ?

Envisageons une autre perspective : si vous vouliez faire payer la première séance, vous n'êtes pas sûr que vous ayez envie de travailler avec cette personne. Elle ne vous connaît pas et vous ne la connaissez pas – c'est donc difficile de savoir s'il naîtra une relation positive pour les deux parties dans cette alliance. J'imagine que c'est en partie pour cela que vous êtes devenu indépendant : pour choisir avec qui vous travaillez et passez votre temps.

C'est ce que j'appelle l'engrenage de l'activité indépendante: plus vous passez de temps à donner des séances gratuites pour savoir avec qui vous allez travailler, moins vous avez de temps pour trouver de la clientèle prête à payer pour vos services. Moins vous donnez de séance gratuites, moins de gens connaissent votre pratique et ont l'occasion de tester vos services pour ensuite devenir client ou vous référer. Dans un sens ou dans l'autre il semble qu'il y ait un effet de double contrainte où vous ne pouvez pas gagner.

Une dernière option consiste à faire payer la première séance et ne proposer de suivi dans le projet que le client souhaite réaliser uniquement si les deux parties sont intéressées pour continuer.

Voici donc un schéma représentant cet effet de double contrainte :



1. L'engrenage du modèle traditionnel de l'industrie de Service en tant qu'indépendant

Le centre du diagramme ci-dessus montre le point où votre activité ne peut plus grandir sur la base du modèle traditionnel d'échange « temps contre argent ». Le nouveau modèle que je vais vous proposer dans ce livre va vous permettre de sortir de ce carcan et de changer les règles du jeu pour développer votre activité au-delà de ce que vous avez toujours cru possible en utilisant les outils largement inexploités du web.

Un bénéfice supplémentaire est que vous allez obtenir une aura d'expert dans votre domaine. Les gens autour de vous vous verront comme « La Personne » à qui s'adresser pour régler leur problème quel que soit votre domaine de prédilection. Vous serez leur conseiller de confiance et aiderez plus de gens à résoudre leurs problèmes. Votre impact sera plus grand et vous savez ce qu'il se passe lorsqu'on aide beaucoup de personnes à obtenir ce qu'elles veulent : on obtient aussi ce que l'on veut.

Tout est dans la relation client que vous pouvez créer en utilisant le système que je vais partager avec vous au cours des chapitres qui viennent. Vous allez devenir un marketeur de votre activité en formatant votre information de façon efficace et en la diffusant largement.

Avec un tel système en place, il vous sera facile de développer votre zone d'influence.

La dure réalité d'une activité de service

Oui, les gens ont besoin de vous voir et de vous connaître d'une façon ou d'une autre avant de pouvoir investir dans le meilleur que vous ayez à offrir : votre temps et votre expertise. Vous n'avez pas le don d'ubiquité. Que feriez vous si vous pouviez l'avoir ? Le Web rend cela très possible.

En faisant un maximum de marketing personnel hors ligne, vous pouvez faire du bon travail et développer votre activité par le bouche à oreille. L'inconvénient est que vous ne donnez pas la possibilité à ceux qui ont besoin de vous voir régulièrement ou de vous entendre plusieurs fois pour pouvoir se décider à investir dans votre service.

Vous ne vous donnez pas non plus la possibilité d'avoir des clients qui, lorsqu'ils entrent en contact avec vous, savent déjà qu'ils aiment la façon dont vous procédez et sont curieux d'en savoir plus. Il faudrait que vous ayez une conversation prise sur votre temps avec chacun de vos prospects potentiels. De leur côté, la peur de ne pas vraiment bénéficier de ce que vous avez à offrir les freine à juste titre. Voilà pourquoi les gens préfèrent toujours demander dans leur entourage proche s'ils connaissent un coach, un consultant, un thérapeute, un formateur ou un conférencier qui pourrait les aider. La très large majorité des personnes qui exerce ces activités s'en tient au modèle traditionnel et se retrouve donc coincée même si leur activité fonctionne à plein régime.

Les possibilités qu'offre Internet pour vous permettre de diffuser gratuitement des informations sur vous et votre activité est immense. Grâce aux technologies du Web vous allez pouvoir créer différentes sources de revenu automatisées qui vont vous amener à avoir un style de vie plus détendu : un revenu plus confortable et constant sans avoir à courir les événements de réseautage pour faire la chasse aux clients et distribuer des cartes de visites à la pelle.

Vous n'aurez pas non plus à compromettre votre passion pour telle ou telle spécialité car cela ne rapporte pas assez ou parce que le public auquel vous vous adressez est trop restreint ou éparpillé géographiquement : Internet met les clients au pas de votre porte à un coût dérisoire.

Sortir le doigt de l'engrenage

Vous l'aurez compris le modèle du générateur de clientèle Com'Coach, est un système qui va littéralement révolutionner votre vie de travailleur indépendant. Cela aura aussi sûrement un effet cascade sur votre vie personnelle. Savez vous utiliser un ordinateur ? Disposez-vous des compétences bureautiques de base ? Êtes vous prêt à faire ce qu'il faut pour pouvoir développer votre activité pour le meilleur ? Si vous avez répondu « OUI! » à ces trois questions alors l'ouvrage que vous lisez actuellement va vous apporter toutes les solutions dont vous pourrez avoir besoin.

Pour préciser, je ne vous parle pas ici de développer une grande corporation : tout le développement de votre activité va se passer autour de vous et de votre expertise. Les outils mis en place sont totalement gérables par vous en tant qu'entrepreneur solo et je vous donnerai aussi les solutions qui existent pour accélérer et déléguer certaines tâches en toute sécurité et à des prix tout à fait abordables. Vous resterez le seul capitaine de votre bateau et aurez le loisir de mettre le cap vers la destination de votre choix.

Développer une présence en ligne

Comme je le disais Internet est le moyen par excellence de diffuser l'information. Ce réseau est devenu un véritable phénomène et permet de connecter des gens à plusieurs milliers de kilomètres. C'est ce miracle moderne que je vous propose d'exploiter ici.

Si vous avez déjà un site en ligne alors tant mieux. Vous pourrez autour des pages existantes développer les stratégies gagnantes pour vous faire connaître : vous et votre activité. Avec l'augmentation du débit d'Internet, la recrudescence de nouveaux services et la baisse sur le prix du matériel : tous les médias existants peuvent être produits en qualité professionnelle et à moindre frais.

Je pense avec certitude pouvoir vous annoncer que le plus gros investissement à faire dans la réalisation du « Générateur de Clientèle » sera fonction du temps investi dans l'acquisition des compétences nécessaires. Pour le reste, la majorité des frais est négligeable et si vous peaufinez la mise au point, le temps investi pour maintenir les résultats sera dérisoire. Comme pour tout ce qui vaut le coup d'être entrepris, l'acquisition des compétences pour mettre en place et gérer un tel système nécessite de suivre une courbe d'apprentissage.

J'ai mis beaucoup de temps à regrouper et mettre ensemble ces informations. La quantité des sources présentes sur le net est immense et certaines informations ne sont pas de qualité. Certaines sont même de véritables labyrinthes qui rallongeraient votre parcours.

J'ai donc conçu ce livre pour que toutes les informations essentielles sur le sujet soient là, sous vos yeux.

Gagner du temps en automatisant

En appliquant les principes encore peu connus du grand public développés dans cet ouvrage vous pourrez automatiser l'acquisition de prospects et la vente de produits tout en apportant un maximum de valeur à votre clientèle.

Cela vous permettra alors de disposer de votre temps et de voir vos revenus augmenter même quand vous dormez. Et même plus : vous dormirez plus tranquillement sachant que votre moulin tourne tout seul et travaille à moudre votre grain.

Il y a deux façons principales d'utiliser votre temps : soit vous l'investissez dans la croissance de votre activité, soit vous le dépensez à courir de rendez-vous en rendez-vous ou après des clients qui vous font faux bond. Ils vous laissent des trous dans votre agenda quand vous auriez pu passer ce temps à vous détendre. En plus de ces frustrations vous pourriez aussi vous passer du manque à gagner généré par ce genre de situations désagréables. Si vous développez votre aura d'expert, ces clients seront moins prompts à jouer ce jeu là avec vous sachant qu'ils n'auront plus accès à votre expertise. Passons maintenant aux outils essentiels qui vont rendre possible tout ce dont je viens de vous parler.

Infopreneur et infoproduits

Avez-vous déjà entendu ces termes ? Ce sont des termes assez nouveaux.

Le premier, « infopreneur » - désigne celui qui fonde son activité sur la création et la vente de produits d'information.

Le deuxième : « infoproduit », désigne le support de média dans lequel est mise l'information pour être communiquée à l'acquéreur.

Une fois introduits dans votre activité ces infoproduits vont vous permettre de passer du modèle traditionnel au modèle générateur de clientèle par le Web.

Vous disposez de votre expérience et comme la plupart des indépendants dans le domaine de la transmission d'information vous l'avez sûrement transcrite dans des supports : cours, diaporamas, conférences, séminaires voire même mieux dans un livre. Je parie qu'il vous en reste encore plus dans la tête que vous pourriez continuer à développer. Alors ne cherchez pas plus loin.

Vos infoproduits sont là, prêts à être rédigés, publiés et vendus pour votre plus grand bien et pour celui de tous ceux qui subissent des maux dont vous détenez les solutions. Les avantages des infoproduits sont nombreux :

- Coûts de production presque nuls.
- Coûts de diffusion presque nuls.
- Coûts de gestion des stocks presque nuls.
- Coûts d'édition presque nuls.
- Coûts de design réduits (si vous connaissez les bonnes adresses).
- Possibilité de large diffusion.
- Vente automatisée avec rentrée d'argent.

Les infoproduits livrés par Internet vous mettent sur un pied d'égalité avec toutes les plus grandes maisons d'édition papier. Vous n'avez pas à passer par toutes les étapes traditionnelles de l'édition papier pour pouvoir publier votre manuscrit.

Les infoproduits se présentent sous forme de « livres électroniques », de « produits audio », « d'évènements en ligne », « de produits de continuité » : où les clients souscrivent à un abonnement pour bénéficier en continu de votre expertise. La liste est encore longue et les supports nombreux. Je développerai les différents types de produits qui existent dans le chapitre 6. En attendant, continuons notre exploration.

Votre ligne de produits

Lorsqu'un client potentiel vous trouve par le biais d'internet, il est peu probable qu'il se sente immédiatement à l'aise à l'idée d'acheter votre produit le plus cher. C'est tout à fait normal de vouloir savoir à qui on a affaire avant d'investir de larges sommes d'argent dans un service. Dans cette situation, il n'y a donc aucune autre alternative possible pour le prospect : investir largement ou passer son chemin. L'alternative qu'offre l'infoproduction est intéressante pour pallier à ce problème.

Une liste de produits offre une ou plusieurs alternatives qui vont permettre à vos prospects d'investir proportionnellement à leur niveau de conviction. Les personnes qui vont vouloir s'engager immédiatement de façon conséquente existent mais elles ne sont pas la majorité.

Quand vous disposez de produits moins coûteux votre prospect peut prendre le temps de se familiariser avec vos concepts. Il aura envie d'en savoir plus et ainsi d'investir dans vos produits plus spécialisés et plus coûteux pour continuer son éducation.

A vous de planifier la façon dont vous allez organiser votre gamme de produit en partant du moins cher : de la gratuité (avec une valeur intrinsèque déjà importante), puis un produit d'entrée de gamme, puis un produit de milieu de gamme puis un produit haut de gamme pour arriver au MUST du MUST : travailler personnellement avec vous. Pour que ce modèle fonctionne, il faut que votre client soit épaté par la qualité et la quantité d'informations qu'il reçoit. Arrangez-vous pour que la valeur qu'il obtient en retour soit plusieurs fois supérieure au prix qu'il aura payé.

« Arrangez-vous pour que la valeur qu'il (votre client) reçoit en retour soit plusieurs fois supérieure au prix qu'il aura payé. »

Seth Godin dans son livre « Marketing de Permission » utilise l'exemple des relations amoureuses qui permet de comprendre immédiatement l'intérêt d'avoir une gamme d'infoproduits telle que je la décris ci-dessus :

Imaginez que vous êtes un homme célibataire et que vous souhaitez fonder une famille. Si vous sortez dans un bar et abordez une jeune femme qui vous plaît, il est évident que si vous lui sortez une bague et lui demandez de vous épouser sur le champ – il y a peu de chances pour qu'elle accepte immédiatement sans vous connaître (à moins qu'elle soit véritablement désespérée mais à ce point là, c'est à mon avis totalement alarmant).

Par contre, si vous commencez par faire connaissance sur le moment et mettez en place une rencontre prochaine car vous vous plaisez réciproquement. Au bout de six mois de rencontres et d'intimité grandissante, vous pourrez sortir votre bague et la demander en mariage. Vos chances qu'elle accepte auront fait un immense bond en avant.

C'est exactement la même chose avec les produits que vous avez à offrir. Laissez le temps à vos clients de vous connaître par le biais de ce que vous communiquez et laissez les se convaincre de la qualité de ce que vous avez à offrir. Il va sans dire que vous devez pour cela proposer de la qualité.

Des revenus passifs de sources multiples

Un autre secret de ce nouveau modèle basé sur l'usage du web pour développer votre activité est qu'une fois que le système est en place, c'est extrêmement facile de le moduler, de l'améliorer par endroits et aussi et surtout de le laisser tourner tout seul.

Vous pouvez diversifier votre activité en créant toutes sortes de produits qui vont se vendre automatiquement. C'est un peu comme les distributeurs de boissons – une fois en place avec des bons produits que les gens aiment boire, vous n'avez plus qu'à passer régulièrement pour collecter l'argent mis dans la machine. C'est ce qu'offrent les infoproduits couplés à la mise en place d'une visibilité efficace sur le Web.

Dans tous les cas vous voulez toujours diversifier votre revenu et Internet dispose de beaucoup de possibilités pour ça :

- La publicité payée au clic sur votre site avec le programme Google AdSense.
- La publicité payée à l'acquisition avec les plates-formes d'affiliation.
- La vente d'infoproduits de toutes sortes.
- La création d'évènements en ligne
- La création de clubs de coaching et de conseil où les membres payent un montant mensuel pour profiter de votre expertise.
- Le recyclage de vos produits d'information sous des formes diverses (ebook vers programme audio, programme audio vers démonstration en DVD, etc...).

Oui tout cela est très possible grâce aux moyens techniques de plus en plus immenses développés sur le Web. Le système travaille pour vous et ceux qui vous cherchent auront la possibilité de tester ce que vous avez à offrir sans que vous soyez physiquement présent. Même si je sais que ça va être dur, préparez vous à dire « au revoir » aux séances gratuites d'essai et autre rendez-vous de prise de contact – vous n'en aurez plus besoin. Vos infoproduits feront TOUT le travail pour vous.

Développer une aura d'expert

Un autre avantage de ce système est qu'il va faire de vous un expert visible et atteignable avec qui les prospects auront pu se familiariser avant d'investir. C'est idéal pour vous et pour eux : vous savez que si ils viennent taper à votre porte, ils ont déjà pris leur décision. Si ils ne sont pas convaincus, vous pourrez les diriger sans perdre votre temps vers les informations dont ils ont besoin.

Une fois qu'ils se seront convaincus eux même sur la base des informations que vous avez proposé – vous ne perdrez plus de temps avec les indécis. Ceux là s'arrêteront à vos produits gratuits ou d'entrée de gamme mais ils ne viendront pas prendre ce que vous avez de plus précieux : votre temps et votre énergie !

Développer votre aura d'expert signifie que vous serez plus demandé. Vous allez pouvoir augmenter vos tarifs au delà du prix du marché et être la personne à qui l'on s'adressera dans votre domaine d'activité. Il y a une multitude

de formateurs, de coaches, de consultants et de conférenciers sur le marché mais vous pouvez sortir de la masse en utilisant le modèle Com'Coach et les infoproduits pour vous positionner différemment. J'ai vu encore peu de personnes adopter les outils dont je vous parle dans le monde francophone. En revanche, ces outils sont en pleine expansion dans le monde anglophone et les personnes qui les utilisent obtiennent des résultats mirobolants !

Les experts sont souvent suivis et recherchés. Ils définissent les tendances et influencent le marché. Si vous vous êtes appliqué à développer une expertise dont les caractéristiques sont les suivantes:

- Il existe un volume suffisant de personnes en demande.
- Les solutions à ce problème sont rares ou encore inexistantes.
- Le public en demande est en recherche active et urgente de solutions.

Alors vous êtes positionné sur une niche profitable. La demande existe, il faut la reconnaître et la satisfaire. C'est plus simple que de chercher à créer un besoin. Il existe comme cela beaucoup de groupes de personnes souffrant de problèmes similaires qui peuvent être éduquées par le biais de vos infoproduits.

Résumé du Chapitre #1

Comme vous aurez pu le lire dans ce premier chapitre, il existe un besoin réel de passer à la vitesse supérieure et de saisir les opportunités extraordinaires que le Web et les infoproduits ont à offrir. Voici un résumé de ce chapitre en quelques points principaux:

- Internet ne va pas disparaître et son effet sur le changement des habitudes de consommation de l'information se renforce de plus en plus.
- Apprendre à maîtriser les outils que le web met à votre disposition va vous demander un certain investissement en temps et en énergie. Une fois les compétences acquises vous pourrez vous mettre très rapidement à niveau et suivre les évolutions au rythme où elles se produisent.
- Les séances d'avant-vente ou d'exploration gratuites sont utiles pour le développement de vos compétences mais créent un « plafond » à la croissance de votre pratique et de votre activité.
- La dissémination et le partage de votre expertise restreinte à votre présence physique et votre accompagnement individuel limitent la croissance de votre activité.
- Adopter nouveau modèle de stratégie de vente de vos services et de votre expertise grâce aux infoproduits vous permet de toucher une clientèle ciblée et nombreuse sans être physiquement présent.
- Les infoproduits peuvent être créés, édités, livrés sans coûts initiaux grâce à des outils informatiques presque gratuits. Leur utilisation nécessite un apprentissage équivalent à la prise en main d'un logiciel de messagerie électronique ou d'autres outils bureautiques.
- A part les infoproduits, il existe d'autres moyens de créer des sources de revenus alternatifs qui renforcent votre stabilité financière et assurent la prospérité de votre activité.
- En étendant votre visibilité sur Internet, vous augmentez la demande de votre expertise. Ceci vous donne la possibilité d'augmenter vos tarifs.
- Une bonne gamme de produits vous permet d'évincer les prospects qui ne sont pas sérieux. Cela vous offre aussi l'avantage de voir arriver à votre porte des clients qui sont déjà familiers avec vos concepts et vos idées. Ils sont prêts à s'engager à travailler avec vous dès la première séance à court, moyen ou long terme.