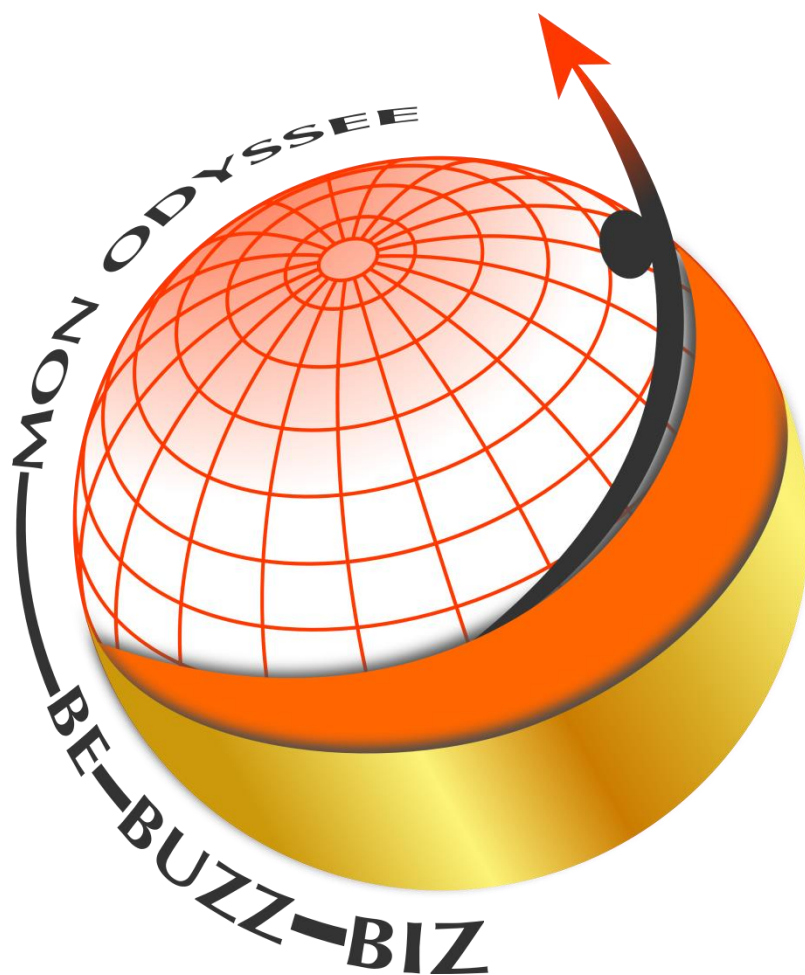


# CREER LE CONTENU DE VOTRE SITE

## CAHIER 2





A présent vous allez développer les pages de votre site web.

Voici quelques conseils.

- 1) Ecrivez de manière non familière mais proche des gens que vous ciblez.
- 2) Oubliez que vous écrivez. Mettez-vous plutôt dans la posture de quelqu'un qui parle à votre client idéal comme si vous l'aviez devant vous.
- 3) Utilisez des émotions pour décrire votre « pourquoi » et votre « pour quoi ».
- 4) Racontez votre histoire avec vos mots à vous et de vos engagements ou de vos valeurs.
- 5) Encore une fois, inspirez-vous des autres, de la concurrence y compris, sans chercher à copier/en restant vous-même.
- 6) Evidemment écrivez en nom propre et lorsqu'il s'agit de votre offre, employez le plus possible « nous », « vous », « ensemble », etc.

*Isabelle Cham*



## VOTRE PAGE D'ACCUEIL

D'un seul coup d'œil les visiteurs doivent sentir s'ils sont au bon endroit et vous avez peu de temps pour le leur prouver.

Parlez en premier lieu de LA QUESTION que se pose votre visiteur et présentez-vous en quelques mots pour montrer que vous êtes légitimes pour poser cette question (par vos photos, votre parcours, d'où vous venez, où vous en êtes ...).

Pour rappel, voici les éléments à utiliser sur votre page d'accueil :

- 1) **Je vous comprends** : commencez à parler à votre client idéal en lui parlant de son problème. Pour cela parlez de votre scénario « d'avant » lorsque vous aviez ce problème vous-même.
- 2) **Je sais comment vous aider** : Montrez-leur que vous savez comment les aider à dépasser leur problème et à vivre votre scénario « d'après ». Utilisez votre USP (proposition de vente unique), vos propositions et les bénéfices
- 3) Tout ce qui permet de crédibiliser vos propositions et votre expérience : témoignages, articles de presse, prix spéciaux, personnalités qui vous soutiennent, etc. Evidemment si vous n'avez rien au départ, cherchez soit dans votre environnement personnel des aides pour des témoignages sur votre personnalité ou votre démarche, soit travaillez votre présence progressivement sur des événements ou photographiez-vous sur des événements ou des lieux qui illustrent votre produit ou votre service.

Isabelle Cham



## VOTRE PAGE A PROPOS

A ce stade votre visiteur veut en savoir plus. Vous l'avez accroché dans la page d'accueil. Maintenant il veut savoir tout ce qui se cache derrière la jolie vitrine et tout ce que vous proposez. C'est un prolongement de la page d'accueil mais vous en dites plus, vous en montrer plus et vous faites plus la preuve par l'exemple que dans la page « d'accueil ».

- 1) **Je vous comprends** : continuez à parler à votre client idéal de ses problèmes et surtout de ce qui va lui arriver s'il ne parvient à les solutionner. Pour cela parlez de votre scénario « d'avant » lorsque vous aviez ce problème vous-même et insistez sur le fait que vous avez un jour décidé de trouver une solution et de chercher à résoudre votre problème.
- 2) **Je sais comment vous aider** : Continuez à montrer à votre client idéal que vous savez comment l'aider à dépasser son problème et à vivre votre scénario « d'après ». Parlez d'avantage de votre USP (proposition de vente unique), de vos propositions et des bénéfiques mais ici insistez sur la méthode que vous employez pour les faire passer de A à B.
- 3) Détaillez toutes vos preuves, les témoignaux, les photos qui montrent votre vie/ou la vie de vos clients avant et après, etc.
- 4) Donnez-leur à ce stade un moyen de comprendre et/ou de voir votre méthode, les effets amplificateurs de votre produit ou de votre service. Proposez-leur des produits gratuits ou des rencontres pour travailler avec vous sans engagement ou des recettes simples à appliquer pour régler leurs problèmes, ou même des listes de priorités ou des listes comparatives où ils sentent que vous leur apportez une information riche et précieuse.
- 5) Ne les laissez pas partir à ce stade : ils sont arrivés jusque-là. Vous devez les inviter à aller plus loin, jusqu'à visiter vos pages de ventes. Dans mon cas je propose de commencer à travailler sur une rubrique Start, gratuitement et sans engagement, où je propose des tas de méthodes pour montrer l'ampleur de mes techniques et de mes approches. Ils peuvent s'y investir plusieurs semaines en faisant leur auto-coaching et se familiariser avec les questionnements naturels que l'on a lorsque l'on veut entreprendre et faire une transition dans sa vie. Ma rubrique « Start » est le prolongement de ma page « A propos ».

Isabelle Cham



## VOTRE PAGE PRODUITS OU SERVICES

Commencez par leur montrer qu'il s'agit de la parfaite approche pour eux. Bien entendu appuyez-vous encore sur vos éléments « avant » et « après » pour définir combien votre solution va les aider, en intégrant ici des éléments encore plus précis ou visuels par exemple. Soyez également clairs sur vos propositions de valeur et vos bénéfices. Donnez-leur enfin la possibilité de rester en contact avec vous s'ils ne sont pas encore décidés, ou comme dans mon cas, si votre formation ouvre à un moment de l'année seulement. Rappelez vos témoignaux également ici.

- 1) **Produits et services**
- 2) **Questions & Réponses**
- 3) **Preuves et témoignages**
- 4) **Comment rester en contact avec vous/ vous suivre, aller plus loin.**

Conseils : soyez dynamique dans vos présentations, engageant mais restez en même temps bienveillant et accueillant. Je vois trop de site qui se terminent par des conclusions « négatives » du genre : « si vous n'avez pas compris ce que je vous offre ici c'est que vous n'êtes pas prêt à trouver une solution à votre problème » (dit d'une manière ou d'une autre).

Votre prospect est libre et il viendra d'autant plus vers vous qu'il sentira qu'il y a de la ressource pour lui, de la nouveauté régulièrement, des preuves à prendre et finalement qu'il a à faire à quelqu'un de confiance. Soyez patient et devenez indispensable !

*Isabelle Cham*



## VOTRE PAGE CONTACT

Elle doit être accessible à tout moment à votre visiteur (généralement en haut à droite, visuellement parlant) et ne pas comporter de vérification comme des codes Captcha et autres qui freine l'envie de demander des informations. Profitez-en pour actualiser vos informations événements, livres à vendre, rappeler les cadeaux que vous faites, etc.

*Isabelle Cham*

6