

Comment Passer du Coaching Individuel à Internet

A qui cela s'adresse-t-il ?

Aux personnes qui ont déjà un savoir-faire et qui proposent des prestations de coaching individuel, des ateliers et des stages depuis quelques années (experts, coaches, consultants, conférenciers, auteurs, etc).

Quel est le problème ?

Lorsque ces personnes souhaitent profiter d'internet pour se faire connaître, ou créer des cours et des formations en ligne, elles rencontrent des difficultés.

- Difficultés techniques (voir mes templates sur <https://creer-votre-formation-en-ligne.com>)
- Difficultés de performance (conversions faibles)
- Difficultés de message, de communication, d'écriture d'un pitch de vente convainquant qui converti de façon rentable

Types de prestations

- **Solution personnalisée** (coaching individuel, intervention manuelle, le sur-mesure)
- **Clé en main** « done for you » (pas d'intervention manuelle)
- **Auto-apprentissage** (formation vidéo, ce qu'il y a à faire)

A quel moment est-il temps de créer des cours en ligne ?

- Lorsque vous répétez souvent les mêmes réponses
- Lorsque vous avez trouvé un système, une méthode qui produit des résultats duplicables, quelle que soit la personne

5 Erreurs / difficultés

1. Erreur de continuité : « je pars de zéro »

- Vous vous sentez submergé par la tâche
- Vous n'utilisez pas vos acquis pour progresser
- Vous allez créer un produit « théorique » qui ne réponds pas aux attentes concrètes de vos clients

Au contraire, créez une gamme de produits complémentaires :

- Vous pouvez vendre votre nouveau produit numérique à vos clients existants pour augmenter votre chiffre d'affaire et votre Aura :
 - Créez un cours en ligne que vous pouvez offrir ou vendre en option en complément d'une série de séances de coaching individuel. Cela vous permet d'augmenter vos prix (statut d'auteur)
 - A la fin d'un séminaire de 3 jours, proposez un suivi sur 6 mois ou 12 mois pour « intégrer l'expérience » et ne pas se retrouver tout seul dans les habitudes
 - Ainsi vous créez votre contenu au fur et à mesure, avec un public existant
- Vous pouvez utiliser internet pour attirer plus de clients :
 - Mettez ensuite votre produit numérique sur pilote automatique pour permettre aux nouvelles personnes de se familiariser avec vous.
 - Puis vendez-leur votre expertise existante : coaching individuel, ateliers et stages

2. Différence de volume : produits de masse

- Bertrand : « *Et boum : une autre élève en cours particuliers arrête les cours. C'est peut-être le signe que je dois arrêter les cours particuliers pour passer à un autre niveau.* »
- Attention au taux d'abstention. Ne pas créer une offre qui dépend de la présence de vos élèves. Votre investissement en temps ne doit pas être dépendant du nombre de présents. Organisez votre temps en fonction de vous-même, et non en fonction du nombre d'inscrits

3. Appréhension de la caméra : pas de retour ou d'énergie, on se sent seul

4. Parler de votre technique vs adresser les symptômes qu'ils ressentent

5. Détailler les fonctionnalités de votre solution vs les bénéfices qu'ils en retirent

Les différences entre Coaching Individuel et Formations en ligne

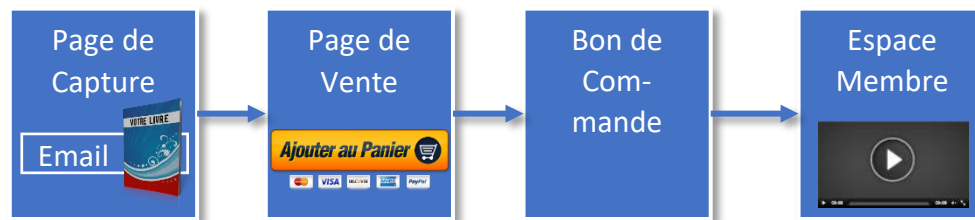
Coach en Sessions Individuelles	Formation en Ligne
Public individuel	Public de masse
Tarif élevé	Tarifs de masse / industriel
1 seule offre	Panel d'offres complémentaires en fonction de leur situation
Prestation sur mesure	Méthode qui fonctionne quel que soit l'individu
Objectif de résultats spécifiques en fonction de la situation particulière du client Responsabilité de l'avancement	Pas d'objectif de résultat direct Comprendre la vision globale de ce qu'il y a à faire Chacun est responsable de son propre avancement
Vous attendez qu'on vous appelle (bouche à oreille)	Vous êtes pro-actif et vous initiez des publications et des sujets spécifiques et segmentés
Forte rétention	Faible rétention. Ils ne se lancent que s'ils sont « prêts »

Comment « vendre » vos prestations, convaincre et acquérir de nouveaux clients ?

Coach en Sessions Individuelles	Formation en Ligne
Vous rencontrez les gens ou vous leur parlez au téléphone	Ils visitent vos pages à leur guise
En leur posant quelques questions, vous situez rapidement quel est leur problème et quelle direction prendre pour le résoudre	Vous lancer des questionnaires et des études de marché pour comprendre quel est le problème principal de votre cible privilégiée : votre 80% Vous cherchez une solution et un angle d'approche qui parle au plus grand nombre
En leur parlant vous savez où ils en sont et vous pouvez répondre directement à leurs objections, peurs, réticences, blocages	Vous devez imaginer leurs objections, leurs peurs, leurs réticences, et leurs blocages pour y répondre point par point dans vos vidéos et votre pitch de vente pour convaincre les plus indécis. Vous devez vous mettre à la place de la personne qui écoute vos vidéos avec ses aprioris et ce qu'elle pense savoir
	Imaginer l'impact, ce que vont ressentir ou penser les gens qui visionnent vos vidéos

Quelle méthode pour acquérir de nouveaux clients sur internet ?

- Vous devez mettre en place une **Mécanique de Vente** : une série de contenu (articles, vidéos, ebook, webinaires, etc) suivant un parcours balisé qui permet à vos visiteurs de prendre connaissance de tous les tenants et les aboutissants du sujet que vous abordez, pour qu'ils puissent prendre une décision en toute connaissance de cause (sans tomber dans la surenchère ni mettre la pression).
 - Les problèmes qu'ils rencontrent
 - Pourquoi les autres solutions n'ont pas fonctionné pour eux
 - Dissoudre les aprioris, les mythes, les fausses croyances
 - Préciser dans à qui / quel cas votre solution ne s'applique pas
 - Présenter les possibilités de résultats avec des études de cas concrets
 - Détailler votre solution en détail
- Vous devez mettre en place un **système de paiement automatisé**
- **Délivrer votre solution de façon automatisée** (le nombre de client ne change pas votre masse de travail)
- Ne proposer du sur-mesure qu'en option, et cher

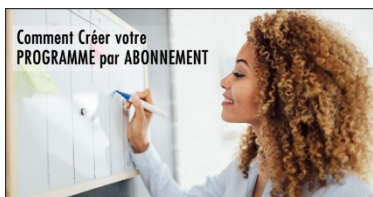


Ressources



Article « **Comment Déterminer votre Offre** » :

<https://olivier-bessaignet.com/web-marketing/marketing-internet/comment-determiner-le-prix-de-votre-offre.html>



Article « **Comment Créer un Programme par Abonnement** » (Mécanique de Vente + Templates) :

<https://olivier-bessaignet.com/web-marketing/marketing-internet/creer-programme-par-abonnement-stabiliser-revenus-mensuels.html>



Formation Express « **Mon 1^{er} Produit Numérique** »

(Mécanique de Vente « Classique » + Templates) :

<https://creer-votre-formation-en-ligne.com/debutants-video-gratuites/>



Article « **5 Erreurs qui Plombent vos Publicités Facebook !** »

<https://olivier-bessaignet.com/web-marketing/marketing-internet/5-erreurs-plombent-vos-publicites-facebook.html>