VIDEO BONUS CHAP 4

Créer votre programme

Dans cette vidéo, je vais vous donner, justement, les clés pour créer un programme de formation. Beaucoup d’entre vous ne savent pas par ou aller, justement, quels sont les étapes à suivre pour créer un programme, et je vais vous donner, justement une série d’étapes très simples qui vont vous permettre d’aller très vite.

Je l’ai déjà fait plusieurs fois avec plein de clients et ça a permis les gens à créer un programme au moins de deux jours.

Première étape : vous allez cocher vos idées sur le papier. C'est-à-dire choisissez un sujet, choisissez le sujet que vous souhaitez traiter et noter tous les idées que vous pouvez avoir sur un papier. Ou alors utiliser une MIND MAP, Alors, excusez-moi, j’ai un problème de prononciation, ce des mots assez compliqué, comme ça je vais essayer de m’entrainer, vous allez voir. Donc sur une MIND MAP cochez, justement, les idées que vous avez, les points que vous voulez traitez dans le sujet de la formation.

Si vous avez une formation avec un objectif précis, quels sont les étapes, quels sont les points que les gens doivent savoir pour que les gens atteignent cet objectif. Mettez-les sur une feuille ou MIND MAP et une fois que vous avez fait ça, mettez-vous en pause. Aérez-vous les esprits, Aérez-vousnla tête, et n’y pensez plus, faites autres choses au moins pendant une heure.

Pour que vous puissiez justement, revenir, pour travailler sur un second point et le second point c’est : Aller voir ce que la concurrence ait sur le même sujet. Regarder ce qu’ils font, regardez la manière dont il traite le sujet et l’enchainement des paragraphes qu’ils ont. Aussi, les tourneurs de phrase qu’ils utilisent pour mettre en avant leur programme.

Donc, je vous conseille d’aller sélectionner une dizaine de concurrents. Alors, je vous arrête tout de suite. Si vous me dite, oui, mais, je n’ai pas de concurrents dans mon sujet. Alors, c’est que vous n’avez pas très bien la manière dont vous allez pouvoir traiter ce sujet, puisque ce sujet a forcément une concurrence.

Je vous donne l’exemple d’un quelqu’un qui fait du pari sportif. En effet, sur le pari sportif, il y’a pas forcément, énormément de personnes qui font le même programme que lui. Mais je vous ai rappelé, il faut que cette formation doive être professionnelle. Et donc il va falloir tourner cette formation sur le professionnel. Le pari sportif ce n’est pas professionnel.

Donc creuser le sujet, donc, demandez-vous justement, par exemple, si on parle du pari sportif quels sont les objectifs d’une personne qu’elle devrait avoir pour pouvoir réussir à devenir un bon parieur. Et par exemple dans le cas du pari sportif, il doit pouvoir maitriser la prise du risque. Et donc on fait une formation sur la prise du risque. Et là, vous allez pouvoir, justement, cherchez sur internet des formations similaires, par exemple, le risque management. Trouvez des formations sur le risque management si on parle du pari sportif.

Donc, dans votre situation faites la même chose. Vous faites une formation sur le reiki, travaillez, plutôt, à savoir, justement, quels sont les points qui vont permettre à quelqu’un de pouvoir maitriser son énergie toute la journée. Mais, pas l’énergie spirituelle, mais, l’énergie physique et en effet, le reiki peut avoir une influence sur l’énergie physique et donc voilà, donc, travaillez, sur le dynamisme au travail, comment être toujours en forme, comment être toujours disponible pour les gens et quelque chose comme ça. Et voilà, ça c’est une manière de pouvoir attaquer le sujet de reiki d’une autre façon en marketing administratif. Et donc allez justement voir chez vos concurrences ce qu’ils peuvent faire sur ce sujet. On est d’accord !

Vous allez voir chez votre concurrence ce qu’ils peuvent faire sur ce sujet.

Autre chose, du coup par rapport à ce sujet-là, travaillez, du coup l’enchainement, comme le ferez votre concurrent. S’ils sont déjà là, s’ils sont déjà en place et s’ils sont des grands concurrents, par exemple, je prends l’exemple le cas de CEGOS qui a plein de sujets de formations. Ils ont travaillé ces paragraphes et l’enchainement et leurs formations est tout en prises en charge pour les 99% du temps. Donc, ça veut dire que leur programme est forcément bon pour une pris en charge. Et moi et cette formation-là, je suis là pour vous aider à faire une prise en charge. Donc, voilà, prenez 10 exemples de programmes que vous trouvez.

Troisième étape : Vous allez prendre votre programme, les programmes que vous avez trouvez et vous allez faire un mixte. Vous prenez les éléments de votre formation qui ne sont pas dans leurs formations et prenez les éléments de leurs formations qui ne sont pas dans votre formation et créez un programme unique qui ne soit rien qu’à vous, il sera un mixte de tout ça. Parce que votre programme et leur programme va être le super programme. C’est 99% de leur programme à eux est financé de leurs formations, et vous allez en rajouter une surcouche d’excellence.  Parce que, les grands centres ne cherchent qu’à faire du chiffre. Donc, vous vous allez chercher d’apporter quelque chose de supplémentaire à vos clients. Et donc vous allez avoir la base et le socle de votre chiffre et le socle supplémentaire, c'est-à-dire, votre compétence à vous et votre savoir spécifique sur ce sujet pour apporter de l’excellence à vos clients.

Quatrième étape : Détaillez, une fois que vous avez fait votre programme complet, unique avec le mixte des autre programmes, du votre et des autres. Et le mixte que vous avez fait, détaillé, étape par étape, module par module, chapitre par chapitre ce que vous allez dire dedans. Pour être sûr, ce que vous comptez dire ne doit pas se trouver dans une autre partie. En fait c’est très important, parce que, par exemple, pour moi quand je fais certaines formations, je coche mes idées, je mets des programmes, je regarde ce qu’a fait mes concurrents.

Et puis, en fait, ça m’a arrivé de commencer à préparer des formations et j’arrivais à la fin et je me dis ‘Mince, ça j’aurai du le traiter dans une autre partie’ ou de voir qu’en fait j’ai traité plusieurs fois le sujet dans des différentes parties. Alors, peut être que ça peut technique pour que les choses rentre bien dans la tête des gens. Mais, peut être que parfois c’est par une advertance et si vous voulez éviter être tendant si la chose n’est pas si importante que ça, il est mieux d’avoir détaillé dès le départ ce que vous allez dire dans chaque partie de votre rencontre dès le début. Ces éléments-là ne doivent pas être dits dans une autre partie. On est d’accord ! Voilà ! C’est la 4ème étape.

La cinquième étape : et ça c’est quelque chose que je vais vous dire, tout le temps. Faites valider votre formation, par, justement, votre entourage ou des gens qui sont capables de dire si cette formation va les intéresser et s’ils sont prêts à l’acheter.  Vous avez votre entourage qui vas vous dire est ce que c’est ennuyeux ou pas, et ceux qui sont capable de vous dire s’ils sont capable de les acheter vont vous dire s’il y a exactement ce qu’ils attendent dedans. Donc, faites un BLIND TEST, faites un petit test. Envoyez cette formation à plusieurs personnes qui faire votre retour, justement, pour cette formation et vous dire si c’est bon et si c’est achetable et si ce n’est pas ennuyeux.

On est d’accord ! Alors, c’est peut être une petite technique que je fais-moi de temps en temps, c’est que mes thèmes de formations, je les mets dans les réseaux sociaux et je fais de la pub dessus et je regarde sue quel thème, sur quel nom de la formation les gens clique le plus. Vous mettez entre cinq et dix pub par thème, ou l’ensemble de votre publicité sur Facebook et vous sélectionnez des noms différents des accroches différentes ou des thèmes différents et vous voyez lequel obtient le plus de Like, obtient le plus de clicks. Et ça vous donnerez une tendance, justement, sur ce que les gens sont prêts plus à acheter qu’autres choses.  Et concentrez-vous sur cette formation que les gens sont le plus prêt à acheter.

C’est une manière de faire, justement, un test au lieu d’aller consulter plein de personne si vous n’avez pas forcément un entourage qui puisse vous répondre, d’avoir un retour bien précis sur ça.

Voilà ! Nous somme sur cinq étapes pour créer cette formation et le sixième est de faire votre test sur les réseaux sociaux.

Je vais vous donner aussi une autre clé bonus, pour pouvoir, justement créer votre programme de formation. Cet autre clé, c’est faites des retours les formations que vous avez dépensées.  Faites du retour sur toutes les fois que vous avez fait une formation ou demander aux gens si le sujet est bien compris, bien fait, est ce qu’ils veulent un approfondissement sur un point bien précis.

En effet, ce qui achète déjà votre formation, peuvent se dire qu’il manque, justement, des éléments et peuvent vous guider sur ce qu’il faut créer en plus ou en rajouter ou justement sur les formations qu’ils sont encore prêt à acheter grâce à vous. C’est le but du coup, d’être super éducatifs dans votre formation et de pouvoir montrer que vous êtes une expertise qui va très, très loin et qui peut, justement, apporter au gens beaucoup.

Voilà, maintenant, vous savez tout sur comment créer un programme de formation qui va être efficace. Je vous ai dit avant comment le faire financier, maintenant comment être efficace.

Nous allons, vous attendre dans une prochaine vidéo!