

Qu'est-ce qu'une offre énergisante ?

C'est l'art de présenter une offre commerciale qui soit à haute valeur perçue et ajoutée pour le client et à haute valeur pour ton entreprise.

- Type de clients
- Rentabilité court/moyen terme
- Energie

Mes notes – exercices - idées lumineuses



Les pré requis pour créer une offre énérgisante

- Le profil client
- Le story telling
- La liste des caractéristiques de ton produit/service
- La liste des utilisations possibles de ton produit/service

Mes notes – exercices - idées lumineuses



L'art de l'Inception



- Une idée principale
- Son développement
- Sa répétition
- Sous plusieurs angles

Mes notes et idées lumineuses

Les 13 éléments vitaux d'une offre énergisante +



Mes notes et idées lumineuses

1. l'Accroche



- Un mot, une phrase, un paragraphe qui met le cerveau en arrêt, crée une rupture dans le continuum de la pensée
- Introduit ton idée clé
- Prépare le terrain de la lettre de vente
- Cible un groupe ou un problème spécifique
- Mentionne un état de fait, annonce choc, source crédible
- Lié aux résultats qu'il va obtenir
- Précis, périodes temporelles, image

Mes notes et idées lumineuses



2. Frustrations/objectifs



- Rappeler les frustrations-problèmes du client
- En puces ou en une histoire
- Crée le lien d'empathie avec le client
- entre 5 et 7 maximum
- faire jouer les sens (VAKOG)

Mes notes et idées lumineuses



3. Projection dans le futur



- Obligatoire entre les frustrations et la présentation de votre produit/service
- Imaginez que, Et si...
- entre 3 et 7 propositions en lien avec les rêves de vos clients
- faire jouer les sens (VAKOG)

Mes notes et idées lumineuses



4. Ton Histoire



- Pourquoi tu peux aider ton client ?
- Storytelling de ta rencontre avec le service/ produit en lien avec ton idée principale
- Etape plus ou moins compacte suivant le support
- Phénomène identificateur + renforcement du processus d'achat dans la tête du client

Mes notes et idées lumineuses



5. Ta crédibilité



- Pourquoi le client devrait te faire confiance ?
- Les résultats sont plus porteurs que les titres
- Les prix obtenus
- VU A LA TELE
- Utilise des chiffres précis

Mes notes et idées lumineuses



6. Les puces promesses



- Liste des bénéfices que le client va recevoir avec chaque élément de ton produit/service
- Utilisation des phrases Mystères
- Concrètes - orienté résultats
- Utilise les 5 sens

Mes notes et idées lumineuses



7. La preuve sociale



- Les témoignages
- A propos du produit/service - de l'expérience client - de toi
- Concret.
- Structure :
 - pourquoi j'ai acheté
 - comment s'est passé l'expérience d'achat
 - quels résultats j'ai obtenus
 - qui est x ?
 - qu'est-ce que j'aurai à dire aux personnes qui sont prêtes à acheter
- Vidéo, audio, écrit+photo, écrit.
- Mis en valeur, toujours !

Mes notes et idées lumineuses



8. Les Bonus



- Raisons secondaires d'achats
- Toucher un public pré mature - de quoi a-t-il besoin avant de profiter de ton produit/service ?
- Bonus de «riche» - de quoi aura-t-il besoin après avoir profité de ton produit/service ?
- Compléter le produit
- Bonus = grande valeur ajoutée !!!
- vente d'un produit = service
- vente d'un service = produit
- mise en valeur +
- Bonus caché

Mes notes et idées lumineuses



9. Valorisation du prix



- Démontrer que la valeur réelle est 3 à 4 fois plus importante que l'investissement financier à faire
- Comparaison avec le prix de développement
- Comparaison avec vente sur un autre public
- Comparaison avec service similaire à la carte
- Comparaison avec Gain de temps
- Présentez le prix final en mensualités, €/jour

Mes notes et idées lumineuses



10. Garantie



- Sur ton point fort
- Double garantie
- Inverser la donne du Risque : je prends tous les risques à votre place.
- Sceau
- Garantie de moyens et de résultats
- Augmenter la période de garantie (365 jours)
- Remplacer l'achat par l'ESSAI

Mes notes et idées lumineuses



11. Les facilités de paiements



- Calculez en fonction de vos besoins en trésorerie
- Bonus supplémentaires si paiement en 1x
- Pénalités si paiement en plusieurs mensualités
- Si offre en PREUVE PAR 3, présentation jouer sur le nombre de mensualité pour valoriser l'offre la plus rentable

Mes notes et idées lumineuses



12. Appel à l'action



- Urgence (offre limité dans le temps)
- Rareté (nombre de places/d'appareils limités dans le temps)
- Bonus aux x premiers clients
- Toujours avoir une bonne raison et expliquer pourquoi
- Perception d'un cadeau pour le client et non d'une obligation d'agir maintenant

Mes notes et idées lumineuses



13. Séquence comportementale



- Rassurer le client sur la procédure après qu'il a pris la décision d'acheter
- Fondamental sur internet
- Présenter le processus d'achat : comment cela se passe concrètement

Mes notes et idées lumineuses



Variantes & Supports



- Page internet
- Vidéo - audio
- Flyers - A4 / A3
- Lettre
- Livre - ebook
- Conférence live / internet
- Powerpoint - keynotes

Mes notes et idées lumineuses



Préparation énergétique



- 0./ **clarifier votre intention** de départ **votre qualité d'intention**
(qu'est-ce que vous souhaitez avec l'envoi de ce courrier, vidéo, conférence...)
- 1./ être **100 % ok avec le contenu** **être aligné, cohérence interne**
- 2./ entrer dans la **certitude intérieure** que l'action demandée sera faite **certitude**
- 3./ activer **l'excitation interne** **passion & flot émotionnel positif**
se mettre dans l'enthousiasme, surfer sur le souffle divin, se passionner pour ce que l'on va écrire ;-)
- 4./ à partir de là, **ressentir tout le "bon"** **contribution**
ce que cela va apporter au lecteur, client
- 5./ **intensifier l'état énergétique** x5 x10 et plus **intensité**
- 6./ **concentrer cette énergie** dans votre coeur (ça doit chauffer !!!) **focus**
- 7./ **la laisser s'écouler** dans votre lettre, article, vidéo... **lâcher prise**

Mes notes et idées lumineuses



Voici la check list des éléments clés pour créer une offre énergisante. Crée ta première offre en respectant un maximum de ces éléments.

1. L'accroche

2. Les frustrations du client

3. La projection du client dans un futur positif

4. La présentation de ta crédibilité

5. Pourquoi tu es le héros du client : ton histoire ou l'histoire d'un « héros »

6. Les puces promesse : la valorisation de chaque élément de ta proposition commerciale



7. La valorisation de l'investissement financier
8. Les témoignages
9. La garantie « satisfait ou remboursé » sur ton point fort
10. Les bonus (ou raisons secondaires d'achat)
11. Les facilités de paiement
12. L'appel à l'action (l'offre limitée – temps/nombre)
13. La séquence comportementale que le client potentiel doit faire

