



livementor

ATELIER EN LIGNE

MARKETING DIGITAL

WORKBOOK

Mettez en place votre plan Marketing !

INTRODUCTION

4 ÉTAPES SIMPLES POUR TIRER LE MAXIMUM DE NOTRE ATELIER EN LIGNE :

Ce document n'est pas un ebook qui vous donne de prétendues recettes miracles. C'est un carnet de travail, un cahier d'exercice qui vous demande d'être acteur du développement de votre projet.

1 - Imprimez ce workbook avant que l'Atelier ne démarre pour pouvoir l'utiliser avant et pendant le cours.

2 - Pendant l'Atelier, écrivez toutes les nouvelles idées, stratégies ou approches qui vous viennent en tête. Ne vous censurez pas ! Cela vous permettra de les conserver et de revenir dessus au calme plus tard.

3 - Réfléchissez à des applications pratiques et activables de nos conseils. Le meilleur moyen de progresser, c'est de faire (et ça commence par essayer).

4 - Ne soyez pas spectateur, soyez acteur. Posez des questions, interagissez, participez. Pendant l'Atelier ou après, n'hésitez pas à envoyer vos questions à l'adresse masterclass@livementor.com.

SECTION 1 :

TROUVEZ ET COMPRENEZ VOTRE PERSONA

Le persona, c'est le portrait robot de votre client type.

C'est très important de bien le comprendre : c'est même un passage obligé pour atteindre vos objectifs de développement.

Cela paraît évident, mais beaucoup d'entrepreneurs, même les plus avertis oublient ou bâclent cette case par envie d'avancer très vite.

Soyons clairs.

Il est impossible de réussir son projet sans connaître ses clients : sans eux, il n'y a pas de raison d'être, pas d'étoile du berger.

Tout part d'eux. De leurs besoins. Du problème que vous souhaitez résoudre pour eux.

Il vous faut apprendre (si ce n'est pas déjà le cas) à les connaître comme l'on connaît un ami.

Beaucoup commencent à formaliser leur persona en partant des données démographiques. C'est un point de départ intéressant, mais il ne vous apportera qu'une compréhension très superficielle.

Vous le savez aussi bien que moi, pour bien connaître quelqu'un, il ne suffit pas de lui demander son âge, son niveau de revenu et son adresse.

Il faut voir par delà les apparences, s'intéresser à leurs croyances, à leurs habitudes, à leurs aspirations. Leurs rêves aussi.

Plus vous comprendrez clairement les désirs, les frustrations et la personnalité des gens que vous cherchez à aider, plus votre marketing sera efficace.

Alors, que vous soyez déjà lancés depuis bien longtemps ou que vous ayez à peine une idée de ce que vous voulez faire, commencez du bon pied en répondant à ces questions. C'est un exercice utile à refaire régulièrement, même pour des entrepreneurs avec quelques kilomètres au compteur. Chez LiveMentor, nous incorporons par exemple toujours une session de revue de nos personas aux séminaires d'équipe que nous organisons tous les 6 mois.

Soyez précis. Ne décrivez pas à quoi ils ressemblent. Décrivez ce en quoi ils croient.

QUESTIONS

1 - Pour qui est conçu votre projet ?

2 - Quelles sont les caractéristiques démographiques de vos clients types ?

3 - Quelles sont leurs frustrations ? Leurs désirs ? Leurs peurs ? Leurs rêves ?

4 - Qui essayez-vous de changer ?

5 - Qui voulez-vous laisser à l'écart ?

6- Sur quels blogs / groupes Facebook se trouvent votre audience ?

7 - Quels sont les entreprises chez qui cette Audience achète ?

SECTION 2 :

FAITES VOTRE AUDIT MARKETING

1 - Quel est votre projet ? Quel est son nom ?

2 - Comment atteignez-vous votre audience ?

3 - Quand vous l'atteignez, quelle est la promesse, quelle est l'offre que vous faites ?

4 - Est-ce que vous dépensez de l'argent en marketing ? Sur quoi ? Combien ?

5 - Qui sont vos concurrents ?

6 - Comment vous vous comparez à eux ? Qu'est-ce qui vous différencie ? Soyez précis.

7 - Pourquoi vos potentiels clients n'achètent pas chez vous aujourd'hui ?

SUITE DES QUESTIONS

8 - Est-ce que vous manqueriez à vos clients si vous disparaissiez ? Est-ce facile de vous remplacer ?

9 - Comment jugez-vous le succès de votre marketing ? Que mesurez vous ?

10 - Si vous pouviez changer votre offre ou votre produit pour le rendre plus attractif, comment le changeriez-vous ?

11 - Quand quelqu'un parle de votre offre à un de ses amis, qu'est-ce qu'il dit ?

12 - Quel problème résolvez-vous pour votre client ?

13 - Quel est le risque d'utiliser votre solution ?

14 - Faites une liste de tactiques que vous avez déjà essayé pour atteindre de nouveaux clients.

15 - Quel changement essayez vous de produire chez vos clients ?

SECTION 3

SOYEZ ACTIF PENDANT L'ATELIER

Cette partie est pour que vous preniez des notes pendant que vous écoutez l'Atelier.

Notez les tactiques et stratégies qui vous inspirent :

A large, empty white rectangular box with a thin white border, intended for taking notes during the workshop. The box is centered on the page and occupies most of the lower half of the document.

NOS ÉLÈVES NOUS FONT ROUGIR



"Tout se résume en un mot : GENIAL"

Ce mot génial s'applique en effet à tout ce qui est offert par LiveMentor :

Des cours d'une qualité exceptionnelle dans lesquels tous les sujets d'une discipline sont abordés et illustrés de nombreux exemples, de nombreuses séances de questions/réponses organisés chaque semaine, une communauté d'entraide Facebook très active et surtout une équipe hyper dynamique toujours prête à réagir quel que soit le problème rencontré.

**CORINNE BISSOT, FORMATRICE/COPYWRITER ET
ÉLÈVE EN FORMATION MARKETING DIGITAL**

NOS ÉLÈVES NOUS FONT ROUGIR



"UNE EXPÉRIENCE DE FOU"

Live mentor ou comment naviguer sur la barque rassurante dans le pays du marketing digital :)

Lorsque j'ai commencé ma formation je ne connaissais pour ainsi dire rien du tout (à part la gestion de ma page perso...facile hein : photo, emoji et hop !), petit à petit j'ai pris confiance et les cours ont vraiment été un plus dans mon évolution.

Plus qu'une simple formation, livementor a débloqué des trucs inconscients du type : non mais je comprendrais jamais comment ça marche etc...vous me suivez? C'est un vrai coaching de pro !

**FABIENNE ZELMAT, RESPONSABLE OPÉRATIONNELLE
ET ÉLÈVE EN FORMATION MARKETING DIGITAL**

NOS ÉLÈVES NOUS FONT ROUGIR



“La meilleure école pour les entrepreneurs !”

Une école pour les entrepreneurs exceptionnelle, avec des mentors très compétents et une communauté bienveillante, toujours à l'écoute pour s'entraider ou pour vous reconforter dans les moments difficiles.

Des événements de rencontres entre entrepreneurs très enrichissants également.

Bref, je recommande vivement, quelque soit le stade de votre projet !

**JÉRÉMY SERVARY, FONDATEUR DE EMBLEM GRENOBLE
ET ÉLÈVE EN FORMATION MARKETING DIGITAL**