

# WORK

Workshop Genuine Women

## Comment attirer les bons clients



# BOOK

the bold lab

# Bienvenue

Tu es l'héroïne de ce workshop!

Mais cela ne vient pas sans challenge et sans difficulté!

## Prête à relever le défi?

Nous allons renverser tes croyances pour t'aider à attirer les BONS clients. L'objectif est de garder un esprit ouvert et de respecter 2 principes:

**Bold** = courage, audace et ambition

C'est le moment idéal pour te dépasser et avoir l'audace d'explorer qui tu es et le courage de le mettre en valeur.

**Lab**: expérimentation, tests et essais

C'est le moment idéal pour explorer tes envies, tester de nouvelles choses et te démarquer de la concurrence grâce à ta personnalité.

*"Le secret pour avancer est de commencer."*

- Mark Twain



# The Bold Lab

Une seule destination pour **transformer ton business et ta marque, attirer plus de clients et vivre selon tes propres règles.**

Nous proposons des accompagnements privés, des formations et des services de branding (sites web, identités visuelles, réseaux sociaux...).

[Explore notre site internet pour en savoir plus](#)



*A bold life doesn't just happen.  
It is designed.*

Fanny, fondatrice The Bold Lab



# Mindset

Développe un mindset de Bold Boss

# Ton Toi Puissance 10

**Imagine ta vie dans 20 ou 30 ans. Prends le temps de fermer les yeux, l'imaginer en détail et ensuite décris-la dans l'espace ci-dessous. Voici quelques questions pour t'aider à démarrer:**

Qu'as-tu accompli? Quel revenu gagnes-tu? Où et avec qui vis-tu? Est-ce que tu fais du sport? Si oui lequel? Quels sont tes hobbies? Quel travail fais-tu? Quel est ton style de vie? Ton style vestimentaire? A quoi ressemble ton cercle social? Est-ce que tu voyages? Si oui, souvent?

## **Pourquoi prendre le temps de rêver son futur?**

Notre cerveau ne fait pas la différence entre réalité et imagination. Lorsqu'on imagine notre futur, notre cerveau pense que c'est réel et va donc inconsciemment mettre en place les actions et les comportements qui nous permettront d'y arriver.

# Scénarios catastrophes et mon nouveau moi

## Exemple:

Si mon client dit que c'est trop cher, mon ancien moi aurait pris peur et descendu le prix. Mon nouveau moi connaît la valeur de mes produits/services et l'explique calmement .

## Scénario 1

### Si mon client dit/fait:

### Mon ancien moi aurait:

### Mon nouveau moi répond/fait:

## Pour aller plus loin:

[Ecoute l'épisode 42 du podcast Business et Lifestyle Design en cliquant ici](#)

## Scénario 2

**Si mon client dit/fait:**

**Mon ancien moi aurait:**

**Mon nouveau moi répond/fait:**

## Scénario 2

**Si mon client dit/fait:**

**Mon ancien moi aurait:**

**Mon nouveau moi répond/fait:**

# Ton client idéal

Alias le héros de l'histoire

# Le Persona

Le persona doit être au centre de toutes vos décisions stratégiques, ou même marketing. C'est lui qui doit vous guider dans tous vos choix.

Une entreprise peut avoir plusieurs personas mais pour démarrer c'est bien de rester sur un seul qu'on maîtrisera sur le bout des doigts

## Exemple 1:

### **les entrepreneures en herbe**

Elles ont passé plusieurs années dans le monde de l'entreprise et aujourd'hui elles sont à la recherche de plus de sens dans leur vie.

#### **Peurs:**

Elles ont peur de ne pas y arriver. Ne savent pas par où commencer et sont dépassées par le marketing digital.

#### **Besoins:**

Elles ont envie de se sentir écoutées. Elles ont besoin d'un coup de main pour oser se lancer et se sentir rassurées pendant leur création d'entreprise. Elles ont besoin d'apprendre plus sur le marketing et le business en général.

#### **Quêtes:**

En quête de sens et de liberté.

#### **Solution:**

Un accompagnement business complet + création de leur identité visuelle, site web et réseaux sociaux. Tout en un pour ne pas avoir à gérer différentes partenaires

# Exemple 2:

## **les entrepreneures en quête de simplicité et d'automatisation**

Elles ont créé leur business il y a moins de 3 ans. Elles gagnent un peu d'argent mais aimeraient gagner plus et surtout optimiser leur organisation et leur marketing. Elles étouffent sous tout le travail et n'ont pas forcément beaucoup de plaisir car elles attirent beaucoup de clients « chiants ».

### **Peurs:**

Peur de ne rien comprendre au digital. Peur de trop resserrer leur cible et de s'affirmer.

### **Besoins:**

Besoin de réorganiser leur business et de passer au digital. Apprendre à utiliser des outils digitaux pour mieux s'organiser.

### **Quêtes:**

En quête de simplicité et plus de plaisir.

### **Solution:**

Un accompagnement complet et sur-mesure pour remettre à plat leur business et le digitaliser

# Ton héros 1

Qui est ton héros? Décris-le ci-dessous le plus en détail possible:

## DESCRIPTION

## MOTIVATIONS

## FREINS

## TA SOLUTION POUR LUI

## Ton héros 2

Qui est ton héros? Décris-le ci-dessous le plus en détail possible:

### DESCRIPTION

### MOTIVATIONS

### FREINS

### TA SOLUTION POUR LUI



# Attraction

Le marketing d'attraction

# Le Marketing d'Attraction

(ou inbound marketing pour les intimes)

= partager du contenu utile, parler de ton héros et de sa transformation pour attirer les personnes qui se reconnaîtront. Ce type de marketing te permet de démontrer ta crédibilité et tes valeurs de façon positive.

## Que partager?

- Partager vos anecdotes,
- vos doutes,
- vos réussites
- vos astuces
- vos coulisses
- vos réussites de clients

## Astuces Supplémentaires:

- N'ayez pas peur de reposter le même contenu quelques mois plus tard.
- Recyclez votre contenu sur différentes plateformes sous une autre forme.
- Soyez à l'écoute des questions pour trouver des nouvelles idées de contenu
- Montrez votre tête!
- Astuce ultime: ne te repose pas que sur un réseau social, soit plusieurs soit liste email!

## 3 piliers classiques en marketing d'attraction.

Educatif: apprendre quelque chose à ton audience | 40%

Inspirationnel: Inspirer l'audience | 40%

Promotionnel: Parler de tes offres | 20%

## BRAINSTORME ICI TES THEMES:

# Content Twister

Thèmes:

--	--	--	--	--

Mythes

Astuces

Objection/barrière

"Tutoriel"

Histoire

Citation

Questions


## Exemple:

Thèmes:

<b>business</b>	<b>brand</b>	<b>lifestyle</b>	<b>organisation</b>	<b>confiance en soi</b>
-----------------	--------------	------------------	---------------------	-------------------------

Mythes

Astuces

Objection/barrière

"Tutoriel"

Histoire

Citation

Questions

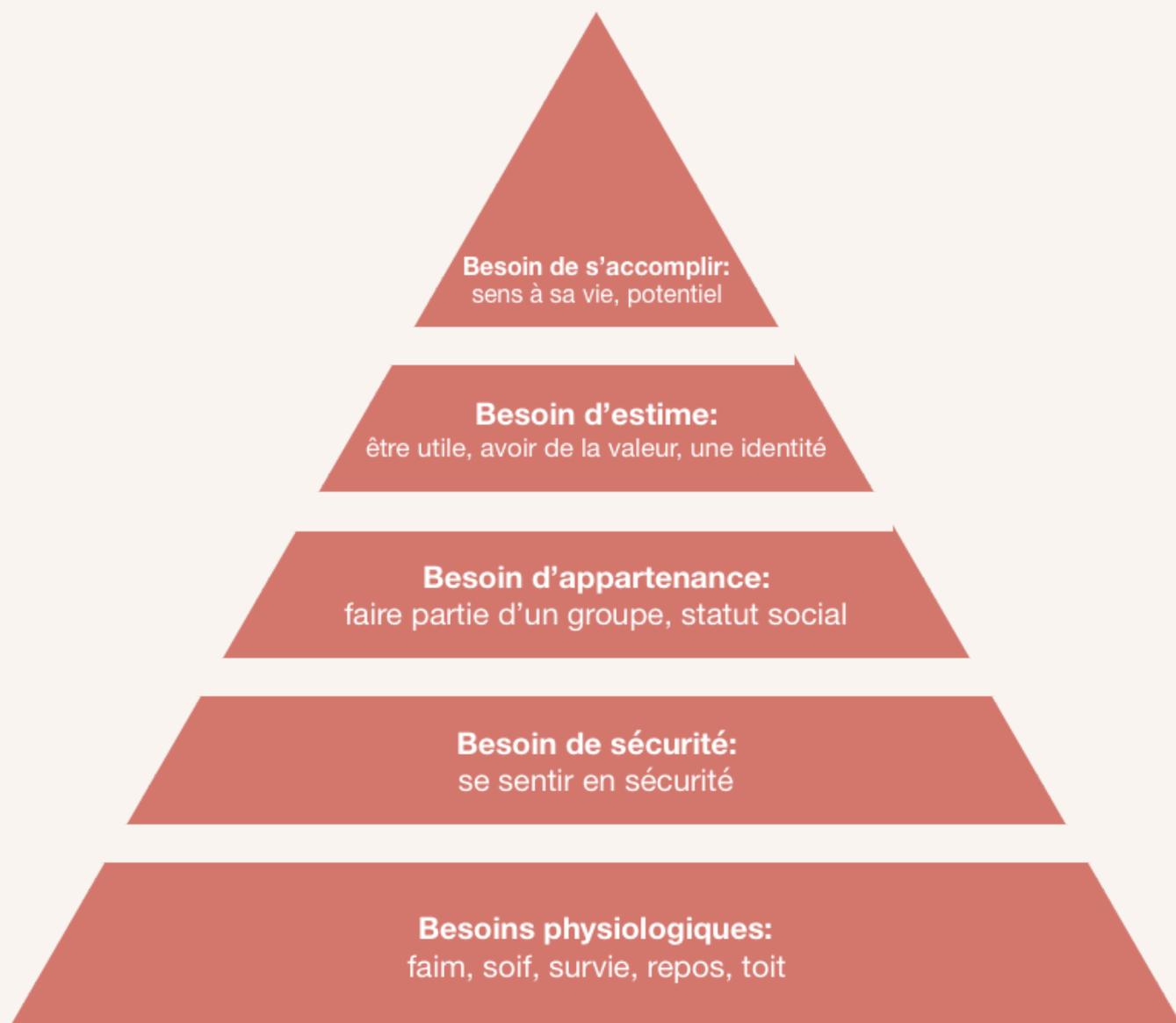
	<b>3 astuces pour dév. sa marque</b>			
			<b>organiser sa journée</b>	
				<b>comment j'ai dev. ma confiance en moi</b>
	<b>Comment fixer ses tarifs?</b>			

# Money Money

Fixer tes prix et t'y tenir

# La pyramide de Maslow

Pour augmenter la valeur de ta marque et te démarquer: tu dois remplir un des 3 besoins les plus élevés de la pyramide.



# Bonus

Spécial Clients "Chiants"

# Transforme les clients chiants en client idéal

Un client chiant est « souvent » un client qui a peur et qui n'est pas rassuré.

Améliore ton expérience en améliorant la sienne!

## To-do list

- Envoie-lui des mises à jour sur où tu en es régulièrement. Si il doit t'en demander, c'est que tu ne lui en fournis pas assez souvent.
- Crée un espace client où il peut tout retrouver.
- Crée des contrats clairs qui le rassurent.
- Propose-lui éventuellement un autre moyen de communication comme Whatsapp Business par exemple.
- Sois claire sur tes horaires de bureau! Promis! Tu peux te reposer le week-end ET avoir des clients contents.

# Ressources pour aller plus loin

## LIVRES

**Worry Free Money** Shannon Lee Simons (en anglais uniquement)

**Commencer par le Pourquoi** Simon Sinek

**Storybrand** Donald Miller

**Own your Weird** Jason Zook (en anglais uniquement)

**Le manuel du fainéant ambitieux** Florent Bouër

## VIDEOS

**The SuperMario Effect** (anglais) : [Youtube](#)

**Inside the Mind of a Master Procrastinator** (anglais) : [Youtube](#)

**Change your life in 5 secondes** (anglais): [Youtube](#)

## PLATEFORMES E-LEARNING

**UDEMY**

**CreativeLive**

**MasterClass**

**Skillshare**

# Félicitations!

Tu as relevé tous les défis et posé les bases pour attirer les bons clients

Maintenant à toi de prendre la main et de continuer.

**Besoin de plus d'aide? Contacte-moi!**



## Contact

 [www.the-bold-lab.com](http://www.the-bold-lab.com)

 [fanny@the-bold-lab.com](mailto:fanny@the-bold-lab.com)

 [the.bold.lab](https://www.instagram.com/the.bold.lab)

