





## L'avatar client

Le but de définir votre avatar est de préparer efficacement une campagne marketing, préparer un email, écrire un post Facebook, ou encore créer un produit. Ou tout simplement connaître votre marché cible et vendre votre livre.

Vous pouvez définir plusieurs avatars qui correspondront aux différents domaines de votre entreprise, de vos produits et de vos services.

Lorsque vous rencontrez un client potentiel, ne pensez pas que ses euros seront bientôt dans votre poche.

Vous devez être soucieux de l'offre que vous allez lui faire ou du livre que vous voulez lui vendre et que votre solution va régler son problème.

Lorsque vous communiquez, apprenez à parler en utilisant les mêmes expressions, les mêmes mots et le même jargon que votre cible.

Posez-vous la question : Pensez-vous vraiment que le lecteur soit si facile à convaincre d'aimer et d'acheter votre offre ? Vous remarquerez que j'emploie le singulier en parlant de votre cible au lieu d'utiliser le pluriel. Ce n'est pas par hasard. Car quand vous vous exprimez avec Internet, quand vous écrivez un livre pratique, vous devez toujours vous adresser à une seule personne et non à un public.

Le lecteur doit penser que vous vous adressez à lui en particulier et non à un autre et nom à un public. Écrivez comme vous parlez !

Comme si vous écriviez une lettre à votre tante Polly et que vous vouliez lui vendre un tableau de Rembrandt. ( Si elle est fan bien-sûr).

## Comment établir une relation durable ?

Vous allez devoir travailler dur pour gagner sa confiance. Nous oublions souvent que pour que notre futur prospect s'inscrive sur une de nos listes (newsletter par exemple) ou qu'un client achète un produit, il prend des risques quand il décide de sortir sa carte bancaire.

Rassurez-le. Cela vaut aussi pour la description que vous allez écrire pour vendre vos livres sur Amazon Kindle.

Maintenant, il y a un moyen de faire en sorte que vos relations avec lui ne fassent pas penser à un serviteur et son maître, mais se situe dans un environnement sain et équilibré.

Aujourd'hui, pour trouver une personne et la convertir en client idéal puis la retenir, il faut beaucoup plus que fournir une expertise. Il est judicieux déjà de l'accueillir dans un environnement où vous pouvez réellement l'écouter. Sur le web, il y a les groupes Facebook, ou encore parmi d'autres exemples comme un webinaire. Avec comme titre : Venez vous exprimer ici en direct.

### **Demandez-vous si ce que vous proposez à votre client potentiel correspond vraiment à ce dont il a besoin**

Si non, mettez en avant une meilleure solution qui établira une alliance stratégique, une offre qui lui amènera une réelle solution pour lui. En lui conseillant les solutions d'un professionnel par exemple. L'autorité a un certain poids et pousse les personnes à passer à l'action.

Le plus souvent, c'est la stratégie la moins utilisée et pourtant une des plus efficace.

En fin de compte, en recherchant exactement les besoins de votre prospect et tout savoir sur lui, cela peut se comparer à lancer un boomerang qui va rechercher les informations et qui revient vous les communiquer. Vous détenez alors le graal et vous pouvez commencer à établir votre campagne marketing.

### **L'erreur de ne pas cibler**

Selon l'ASB, un organisme d'enquêtes sur Internet, 95% des petites entreprises échouent dans les 5 premières années.

Et l'une des principales raisons pour lesquelles ces entreprises disparaissent est le manque d'un public ciblé.

Si vous vous renseignez, vous verrez que de nombreux chefs de petites et de moyennes entreprises vous diront que leurs cibles sont les mamans à la maison, les étudiants, ou les hommes d'âge moyen. Ceci est trop général pour obtenir un résultat final qui soit rentable.

Certains vont même dire qu'ils ne disposent pas d'un public cible spécifique pour leurs produits ou leurs services, et qu'ils sont pour tout le monde.

C'est une erreur qui est trop familière que des milliers d'entrepreneurs commettent. Ne la commettez pas ! Ou vous n'irez pas plus hauts qu'eux.

### **Le ciblage est l'une des clefs de la réussite en ligne**

Lorsque vous essayez de cibler tout le monde, vous perdez tout simplement votre temps et votre argent. Lorsque vous cherchez à connaître les différences qu'il peut

y avoir entre votre marché et les autres, vous ciblez les bonnes personnes intéressées et vous ciblez beaucoup mieux et vous vendez beaucoup plus.

## **Sachez connaître vos clients idéaux**

Vous ne pouvez pas commercialiser avec succès vos solutions et accroître la croissance vos revenus passifs si vous ne comprenez pas qui est votre client idéal.

Si vous ne savez pas exactement comment reconnaître les personnes qui ont besoin de vous, comment pouvez-vous les atteindre ? Et comment peuvent-elles vous demander de les aider ?

En utilisant des termes génériques et le langage habituel du marketing en général, vous ne pourrez pas vous démarquer parmi les dizaines ou centaines d'autres concurrents sur le marché et vendre vos ouvrages et d'autres produits.

### **La création de votre avatar client idéal vous garantira que vos efforts de marketing seront bien plus rentables et récompensés**

C'est littéralement une **empathie profonde** à laquelle vous vous apprêtez à mettre en œuvre.

Une enquête approfondie des personnes qui ont besoin de vos produits ou de vos services vous permettront de confectionner des messages marketing forts et influents pour vous démarquer des autres et coïncider émotionnellement avec leurs idées et leurs besoins. Et dans vos livres.

Vos clients vous en seront reconnaissants et en retour et à plusieurs reprises, ils dépenseront plus d'argent, vous recommanderont à leurs amis et à leur famille. Ces personnes qui se sentiront comprises et aidées au plus profond d'elles-mêmes seront prêtes à faire des affaires avec vous et elles généreront un grand pourcentage de profits pour vous.

Permettez-moi de vous raconter une petite histoire.

Il y avait deux hommes qui dirigeaient ensemble une entreprise de services. Ils ont travaillé durs tous les jours pendant vingt ans.

Ils croyaient que parce qu'ils ont travaillé si dur, ils seraient couronnés de succès. Pendant un certain temps leur business était florissant. Mais vers la fin, ils ont du mal à trouver plus de clients et ils avaient des difficultés à les retenir.

Pourquoi était-ce ainsi se demandaient-ils ?

Était-ce :

- le climat économique ?
- le changement de technologie ?

En fin de compte, ils ont stoppé leur entreprise et ils se sont engagés dans autre chose.

Lundi dernier, j’ai eu le privilège d’écouter Lisa Smith, une conférencière motivée membre du Temple de la renommée internationale.

Lisa possède cette faculté. Quand elle parle, elle affecte les gens positivement et tout le monde l’écoute.

Elle se déplace avec une énergie rayonnante qui ondule son public comme des algues dans une forte houle.

Elle dit « Si vous voulez réussir, soyez comme moi.

Votre bouche est la partie la plus importante de votre corps. Tout ce qui sort de votre bouche vous retournera des liens positifs ou négatifs. Donc engagez le respect, l’encouragement, les compliments et souriez.

Vos publicités, vos promotions, vos livres doivent être hyper stratégiques ».

Avoir une compréhension claire de qui est votre client idéal vous permettra d’arrêter de passer du temps et de l’argent dans des publicités coûteuses et adressés à un mauvais public.

Au lieu de cela, vous pouvez mettre l’accent et investir sur la création de contenu et vraiment **créer une connexion particulière avec votre client idéal.**

Les entrepreneurs les plus prospères créent cette connexion avec leurs clients en leur montrant qu’ils sont attachés à eux sur des tas de points communs. Les statistiques montrent que la plupart du temps, je dirais même très très souvent, ce lien émotionnel joue un rôle clé dans les décisions d’achat.

**Créez une courte histoire se rapprochant de la vie personnelle de votre avatar**

Expliquez dans l’histoire comment la victime, ou le prospect est venu à avoir besoin d’aide.

Utilisez votre avatar pour vous connecter avec votre marché cible et regardez vos conversions grandir et faire monter en flèche vos ventes.

### **Mettez-vous dans sa peau et dans sa tête**

Maintenant que vous avez puisé dans la psychologie de votre client idéal, regardez la vie à travers ses yeux.

Sentez son excitation. Comprenez sa douleur. Mettez-vous dans ses chaussures à chaque fois que vous créez du contenu, des copies d'annonce.

Utilisez son langage pour mettre en miroir ses paroles d'une manière authentique et naturelle. Si vous êtes en mesure de maîtriser l'art du sentiment et de penser exactement comme votre client idéal, vous serez en mesure de créer des ouvrages pratiques en totale résonance avec lui. Vous pourrez lire dans sa tête.

Il se sentira que vous êtes la personne qu'il lui faut. Et pas quelqu'un d'autre !

Il se sentira complètement compris, comme si vous étiez à côté de lui et que vous l'aviez toujours connu.

Voici les moyens maintenant de tout savoir sur votre cible. Celle que vous allez chercher pour vendre vos écrits.

## **12 catégories de questions pour créer votre avatar**

Voici plusieurs **catégories de questions** et d'informations secrètes qui vont dévoiler la personnalité de votre client idéal.

Vous pouvez penser que ceux qui achètent sont différents. Certes oui, mais en faisant votre avatar client, vous remarquerez qu'il y a des similitudes entre chaque client.

Voici plusieurs informations qui tournées en questions vous rendra curieux et vous poussera à savoir ce qu'est une réelle personnalité. Lisez-les et revenez dessus autant de fois que possible.

Avant de passer à la suite, quand vous vendrez, questionnez vos clients. Perfectionnez votre avatar.

C'est parti ! Commencez avec la démographie.

## Sa démographie

- Quel est son sexe ?
- Son âge ?
- Sa race ?
- Est-ce qu'il a des enfants ?
- Si oui, combien ?
- Quels sont leurs âges ?
- Quels sont leurs sexes ?
- Est-il dans une relation ?
- Si oui, est-il marié ?
- Avec des enfants à charge ?
- Quel est son niveau d'éducation ?
- Quel est l'âge des parents ?
- Quel est l'âge des grands-parents ?
- A t-il des animaux ?
- Quel est son niveau de conditionnement physique ?
- Quels sont ses attributs physiques ?
- Est-il propriétaires d'entreprise ?
- A t-il des employés ?

## Sa géographie

- Où vit-il ?
- Dans quelle ville vit-il ?
- Est-ce une petite ville ?











## Ses sources d'information

- Où va t-il pour obtenir des informations en qui il a confiance ?
- Ou va t-il pour dialoguer en ligne ?
- Avec qui il s'associe et que font-ils ensemble ?
- Quels produits a t-il acheté dans le passé ?
- Pourquoi les a t-il acheté ?
- Est-il heureux ou triste des résultats ?
- Quelles sont ses 3 premiers livres et films préférés ?
- Quels magazines souscrit-il ?
- Quelles sont les sources d'information qu'il consomme toujours ?
- Quelles sont les personnes / les sites / les bulletins etc ?
- Quels sont les points principaux qu'il considère comme ses sources d'information ?
- Combien de temps par semaine passe t-il sur Twitter ?
- Combien de temps par semaine passe t-il sur Facebook ?

## Rédigez une liste des 10 plus grandes erreurs que fait votre avatar ou qu'il croit qu'il fait

En voici 7 :

- Je suis trop vieux
- Je suis trop jeune
- Cela ne fonctionnera pas pour moi
- Je procrastine



## Internet

- Quels blogs visite t-il ?
- Quelles pages Facebook visite t-il ?
- Sur quels réseaux sociaux est-il inscrit ?
- Sur quels réseaux sociaux interagit-il ?
- Sur quels sujets interagit-il ?

## À quoi ressemble-t-il ?

Trouver une photo de votre avatar idéal et écrivez son histoire de vie avec toutes les informations que vous avez maintenant avec toutes ces questions.

Imprimez son histoire avec sa photo et lisez-la avant d'écrire un courriel, un email, une annonce de publicité ou votre livre.

### **Maintenant, il est temps de donner à votre avatar de client idéal un nom et un visage**

Cette tâche peut sembler un peu drôle pour vous, mais votre avatar est la personne à qui vous allez parler lors de la création de contenu et d'autres documents de marketing. En lui donnant un nom et un visage, il sera plus facile pour vous de lui parler réellement.

Parcourez les images sur Internet sur des sites appropriés pour voir si vous pouvez en trouver une que vous associez à l'image que vous avez de lui.

Ensuite, cher futur auteur à succès, continuez à lire !

