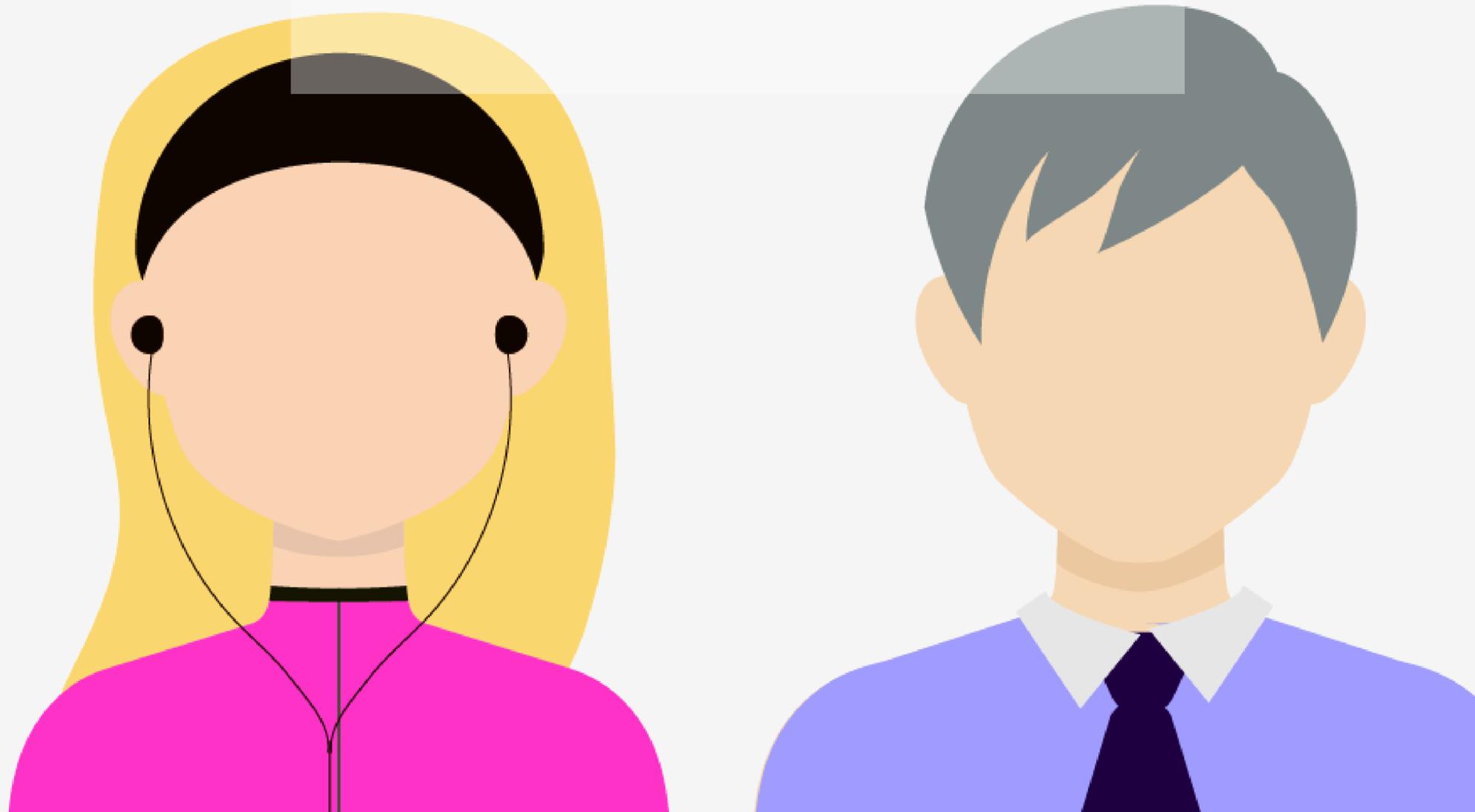


GEOFFREY GILLET
CRÉATEUR D'ÉMOTION SOCIALE

L'AVATAR CLIENT



Pour trouver tes futurs clients sur
Facebook et augmenter à coup sûr ton
chiffre d'affaire.

CONTENU

01

Les Documents

02

Le ciblage général

03

La fiche avatar

04

Le Jeu de Rôle

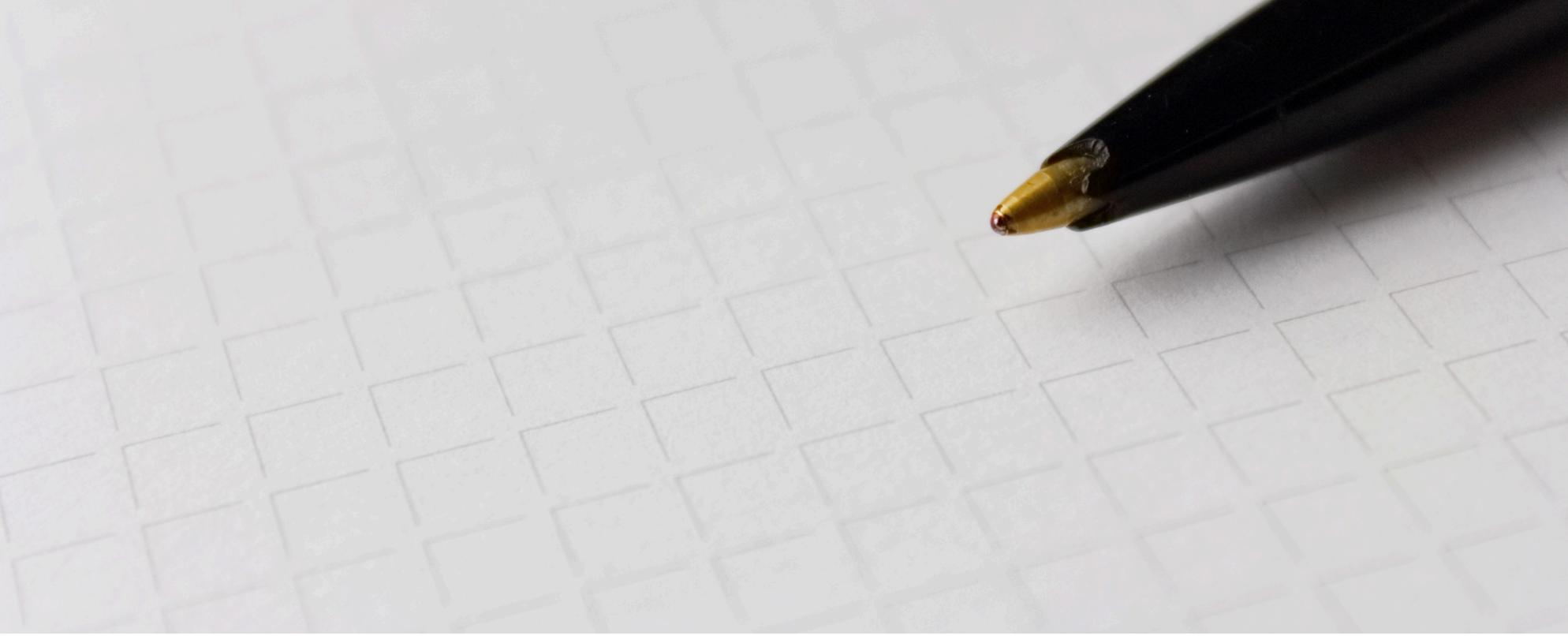
05

Remplir la fiche avatar

06

La correspondance sur
Facebook

MESSAGE PERSONNEL



Ce livre s'adresse à tous les personnes, qu'elles soient ou non entrepreneurs et qui désirent donner du sens à leurs actes, à leur vie.

On ne vit pas pour s'ennuyer, pour galérer, bien au contraire....

Ce livre à donc pour **seule ambition** de vous faire **gagner du temps** et vous **épargner le stress** de **NE PAS SAVOIR** ce qui est **IMPORTANT** pour vous. Votre **BONHEUR** ne dépend que de **VOUS** et ce **BONHEUR** étant **CONTAGIEUX**, vous pourrez le transmettre à tous ceux qui **COMPTENT** pour **VOUS**



GEOFFREY GILLET - CRÉATEUR D'ÉMOTION SOCIALE

Créer un cycle d'énergie
financière qui a du sens

Je m'appelle Geoffrey Gillet et je suis
Créateur d'Émotion Sociale.

Je suis convaincu qu'il est INDISPENSABLE
de replacer les relations humaines dans
un monde où le digital est complètement
intégré à nos vies alors qu'il n'est qu'un
outil.

Passionné de stratégie, de commerce et
Geek de la première génération,
j'accompagne les entrepreneurs dans la
création d'un cycle d'énergie financière qui
a du sens, qui est aligné sur leurs valeurs
humaines et dans lequel l'argent n'est pas
le but ultime mais le carburant, l'énergie
qui propulse leur entreprise, qui les fait
avancer dans la vie.

À PROPOS

LES DOCUMENTS

SAVOIR À QUI S'ADRESSER

Module 1 – Cibler son audience idéale

Bien qu'il soit tentant de s'adresser à tout le monde pour proposer ton produit ou ton service, il est important de cibler une audience qui sera la plus réceptive possible à ton message. Plus ton ciblage sera précis, plus l'impact que tu auras sur tes futurs clients idéaux se verra puissant. Quel que soit le produit ou service que tu proposes, tes futurs clients n'achèteront pas pour les mêmes raisons.

Marketing Zen attitude



3. Choisi « tes thématique phare », celles qui te font le plus vibrer, celle qui t'inspirent le plus :



2. Dans ta thématique phare, choisis un sous-groupe afin d'affiner ton ciblage :

Je choisis de m'adresser aux :



1. Je nomme mon client idéal

PRÉNOM

Ciblage général

AVATAR CLIENT

Nom de l'avatar :

OBJECTIFS & ENGAGEMENTS Objectifs : <input type="text"/> Engagements : <input type="text"/>	Age : <input type="text"/> Sexe : <input type="text"/> Statut Marital : <input type="text"/> Age & # Enfants : <input type="text"/> Lieu : <input type="text"/>	DÉFIS & PROBLÉMATIQUES Défis : <input type="text"/> Problématiques : <input type="text"/>
SOURCES D'INFORMATIONS Livres : <input type="text"/> Magazines : <input type="text"/> Sites / Blogs : <input type="text"/> Evènements : <input type="text"/> Experts : <input type="text"/> Autres : <input type="text"/>	Citation : <input type="text"/> Employeur : <input type="text"/> Poste : <input type="text"/> Revenus Annuel : <input type="text"/> Diplômes : <input type="text"/> Autres : <input type="text"/>	OBJECTIONS & RÔLE DANS LE PROCESSUS D'ACHAT Objections à la vente : <input type="text"/> Rôle dans le processus d'achat : <input type="text"/>

La fiche avatar

CIBLAGE GÉNÉRAL

SAVOIR À QUI S'ADRESSER

Module 1 – Cibler son **audience idéale**

Bien qu'il soit tentant de s'adresser à tout le monde pour proposer ton produit ou ton service, il est important de cibler une audience qui sera la plus réceptive possible à ton message. Plus ton ciblage sera précis, plus l'impact que tu auras sur tes futurs clients idéaux se verra puissant. Quel que soit le produit ou service que tu proposes, tes futurs clients n'achèteront pas pour les mêmes raisons.

Marketing Zen attitude



3. Choisi « tes thématique phare », celles qui te font le plus vibrer, celle qui t'inspirent le plus :



2. Dans ta thématique phare, choisi un sous-groupe afin d'affiner ton ciblage :

Je choisi de m'adresser aux :



1. Je nomme mon client idéal

PRÉNOM

Le Ciblage général a pour seul **BUT** de trouver la catégorie à laquelle appartient ton **CLIENT IDÉAL**.

3 OPÉRATIONS SIMPLES et c'est tout

1- Nomme ton avatar client idéal

2- Choisi « tes thématique phare », celles qui te font le plus vibrer, celle qui t'inspirent le plus :

3- Dans ta thématique phare, choisi un sous-groupe afin d'affiner ton ciblage

LA FICHE

AVATAR



AVATAR CLIENT

Nom de l'avatar : _____

OBJECTIFS & ENGAGEMENTS Objectifs : _____ Engagements : _____	Age : _____ Sexe : _____ Statut Marital : _____ Age & # Enfants : _____ Lieu : _____ 	DÉFIS & PROBLÉMATIQUES Défis : _____ Problématiques : _____
SOURCES D'INFORMATIONS Livres : _____ Magazines : _____ Sites / Blogs : _____ Evènements : _____ Experts : _____ Autres : _____	Citation : _____ Employeur : _____ Poste : _____ Revenus Annuel : _____ Diplômes : _____ Autres : _____ 	OBJECTIONS & RÔLE DANS LE PROCESSUS D'ACHAT Objections à la vente : _____ Rôle dans le processus d'achat : _____

Ce document à pour **OBJECTIF** de te permettre d'affiner ton avatar client idéal de manière plus précise.

C'est une véritable **FICHE D'IDENTITÉ** de ton futur client qui contient :

- 1- Ses **OBJECTIFS**
- 2- Ses **DÉFIS & PROBLÉMATIQUES**
- 3- Ses **Sources d'INFORMATION**
- 4- Ses **OBJECTIONS & SON RÔLE** dans le processus d'achat



LE JEU DE RÔLE

Entre dans la peau de ton avatar client = **ton futur client potentiel**
Joue ce jeu de rôle à fond ... vraiment. Fais-moi confiance.

→ Commence la journée à partir du lever jusqu'au coucher, en pensant même au trajet (ex: du domicile au lieu de travail, il peut potentiellement voir des affiches publicitaires dans le métro, passer devant une presse, un musicien..)

Il faut lister un maximum d'informations essentielles à la bonne compréhension du client final.

Décrire en quelques lignes ses habitudes quotidiennes voire hebdomadaires.

Des informations sur la saisonnalité, chiffre d'affaires actuel et cible via FB Ads .. peuvent être intéressantes.

En fait, il faudra écrire ici un maximum d'informations qui te permettront de coller au mieux à tes futurs clients.

Exercice : C'est parti, démarre ici ton travail de mentalisation ou visualisation (puis tu peux écrire tout ce que tu as "vu" sur la page suivante).



REEMPLIR LA FICHE AVATAR

IMAGINE...

Tu es à la place de ton futur client, c'est donc lui qui écrit sur cette feuille, et nous allons l'appeler Justine... une jeune maman qui a des difficultés à concilier tous les aspects de sa vie.

OBJECTIF : Concilier son job avec sa vie de maman et de femme

ENGAGEMENT : Arriver à ne plus se "sacrifier" et pouvoir mener une carrière tout en préservant son couple, sans négliger son (ses) enfants

Livres, Blogs, Podcasts : Je lis des livres tels que "Tout commence avec un Pourquoi" , "Trouver son Pourquoi" , l'Âme du Leadership" ... Je suis abonné à des chaînes YouTube, je fais de la veille sociale sur mon marché, j'achète une ou deux formations par an, j'achète des magazines (liste non exhaustive)

DÉFIS : J'ai l'impression de courir après le temps et de ne jamais vivre pleinement ma vie, ce qui crée des tensions dans mon couple et avec mon (mes enfants)

PROBLÉMATIQUE & CHALLENGES : Je devrais abandonner ma carrière pour avoir plus de temps à consacrer à mon conjoint et à mon (mes) enfants, mais je suis épanouie dans mon travail et n'ai pas forcément envie de démissionner ou de passer à mi-temps

OBJECTIONS À LA VENTE : Je n'ai déjà pas assez de temps pour équilibrer tous les aspects de ma vie, je ne peux donc pas me bloquer un jour précis ou un créneau horaire précis pour résoudre mon problème. Il faut que je puisse trouver une solution simple, rapide, et efficace à suivre n'importe où et à n'importe quel moment de la journée.

RÔLE DANS LE PROCESSUS D'ACHAT : En plus, je dois en parler à mon conjoint car notre budget est commun (ou je dois en parler à mon conjoint mais je dispose de mon propre budget)

Encore une fois, **prend le temps de remplir la fiche en jouant ce jeu de rôle.**

Duplique ce fichier autant de fois que tu as de profils de clients potentiels

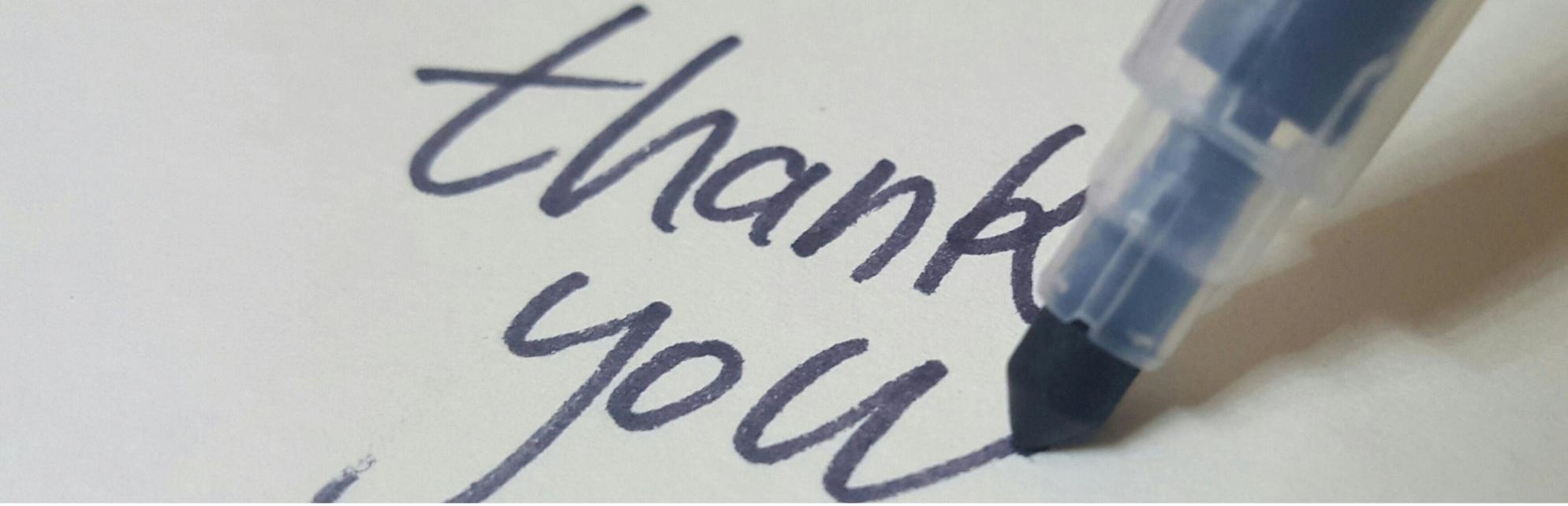
LA CORRESPONDANCE FACEBOOK

Une fois que tu auras affiné ton profil avatar client idéal, il va falloir le traduire et ciblage publicitaire sur Facebook de telle sorte à pouvoir estimer :

- la taille de ton marché
- la répartition de ta cible
- les lieux fréquentés par ta cible
- les pages auxquelles ta cible est abonné
- tester des centres d'intérêts



TOUT CECI EST AU DÉPART HAUTEMENT THÉORIQUE, MAIS IL FAUT UN POINT DE DÉPART. C'EST EN AYANT DES CONTACTS, EN AYANT DES INTERACTIONS AVEC TON AVATAR CLIENT IDÉAL QUE TU VAS L'AFFINER ET TROUVER DES PERSONNES PRÊTES À S'ENGAGER, PRÊTES À TE FAIRE CONFIANCE ET À TE RÉMUNÉRER À TA JUSTE VALEUR.



Thank
you

Je tenais à te remercier d'avoir pris le temps de lire cet E-Book jusqu'au bout et j'espère avoir joué mon rôle en t'aidant à y voir plus clair quant à la situation dans laquelle tu te trouves aujourd'hui. J'aimerais ajouter une note positive à tout ce que tu viens de lire.

Il est tout à fait possible de vivre de son activité en 2021. Il n'est pas illusoire de créer son **BONHEUR** et ce malgré le contexte pas toujours simple et sur lequel nous n'avons aucune prise.

Si comme moi tu as la conviction qu'il faut se concentrer sur les éléments, les événements sur lesquels on peut agir, alors je te propose de prendre un rendez-vous téléphonique pour faire le point et t'aider à mettre en place tous ces cadrans.

Il te suffit de cliquer sur le lien ci-dessous et je serai heureux de partager un moment privilégié en ta compagnie.

Geoffrey

APPEL DÉCOUVERTE



Tu peux également me suivre sur mes réseaux sociaux