

LA MÉTHODE
Signature



COMMENT ATTIRER DES NOUVEAUX CLIENTS SUR LES RÉSEAUX
SOCIAUX EN TANT QUE CONSULTANT: LES 4 GRANDS PILIERS À
METTRE EN PLACE

Il existe 2 types de consultants...

- Consultants qui sont perçus comme des « ***Preneurs de Commande*** »
- Consultants qui sont perçus comme des « ***Spécialistes de Confiance*** »

Preneurs de Commande

- Spécialistes passionnés
- Manque de confiance
- Génèrent peu d'intéressés
- Irrégularité
- « Merci, je reviens vers vous »
- « Vous êtes trop cher »

Preneurs de Commande



Spécialistes de Confiance

- Spécialistes passionnés
- Ont la confiance
- Les personnes viennent vers eux
- Régularité car un système en place
- N'ont pas d'objections de prix car ils sont perçus comme la meilleure solution

Spécialistes de Confiance



Qui suis-je?



LA MÉTHODE
Signature

Ma mission...

Un mot avant de commencer...

- Je peux vous apprendre à optimiser votre profil...
 - Je peux vous apprendre à capter l'attention des gens sur les réseaux sociaux...
 - Je peux vous apprendre à générer des vues, likes et commentaires sur vos publications...
 - Ce ne sont que des *tactiques marketing*...
-
- *Les tactiques marketing sur les réseaux sociaux ne vous aideront pas si la base de votre pyramide n'est pas solide...*



Quoi → Qui
IO Pen → Marché cible

~~Quei → Qui
IO Pen → Marché cible~~

Qui → Quoi
Client Idéal → Offre

Pilier 1: Un Client Idéal

- Nous sommes constamment bombardé par de l'information de tous les côtés...
 - Avez-vous déjà remarqué la vitesse à laquelle on scrolle dans notre file d'actualité?
 - « J'accompagne toute personne qui a besoin de mes services... »
 - Si vous n'êtes pas assez spécifique, vous n'allez pas pouvoir attirer l'attention...
-
- **Si vous essayez d'aider tout le monde, vous n'aiderez personne**

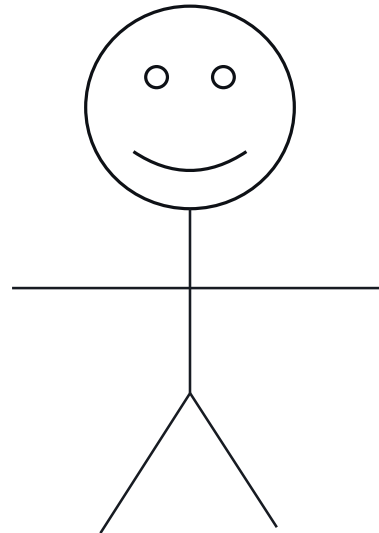
Pilier 1: Un Client Idéal

Age

Sexe

Centres
d'Intérêts

Localisation



Besoins

Pilier 1: Un Client Idéal

- Une analyse simple ne vous démarquera pas...
 - Une analyse simple ne suscitera pas d'intérêt...
 - Une analyse simple n'incitera pas la personne à passer à l'action...
-
- **Vous devez chercher à raconter la situation de votre client mieux qu'il ne pourrait vous l'expliquer lui-même**

➤ L'année **1543** fut une année importante dans l'histoire de l'humanité...

➤ *Savez-vous ce qui s'est passé?*



Pilier 2: Chemin Unique

- Votre activité ne tourne pas autour de vous **mais tourne autour de votre client!**
- Il n'est donc pas question de ce que **VOUS** savez et pouvez faire...
- Mais de ce que **VOS CLIENTS veulent et ce dont ils ont besoins!**

Pilier 2: Chemin Unique

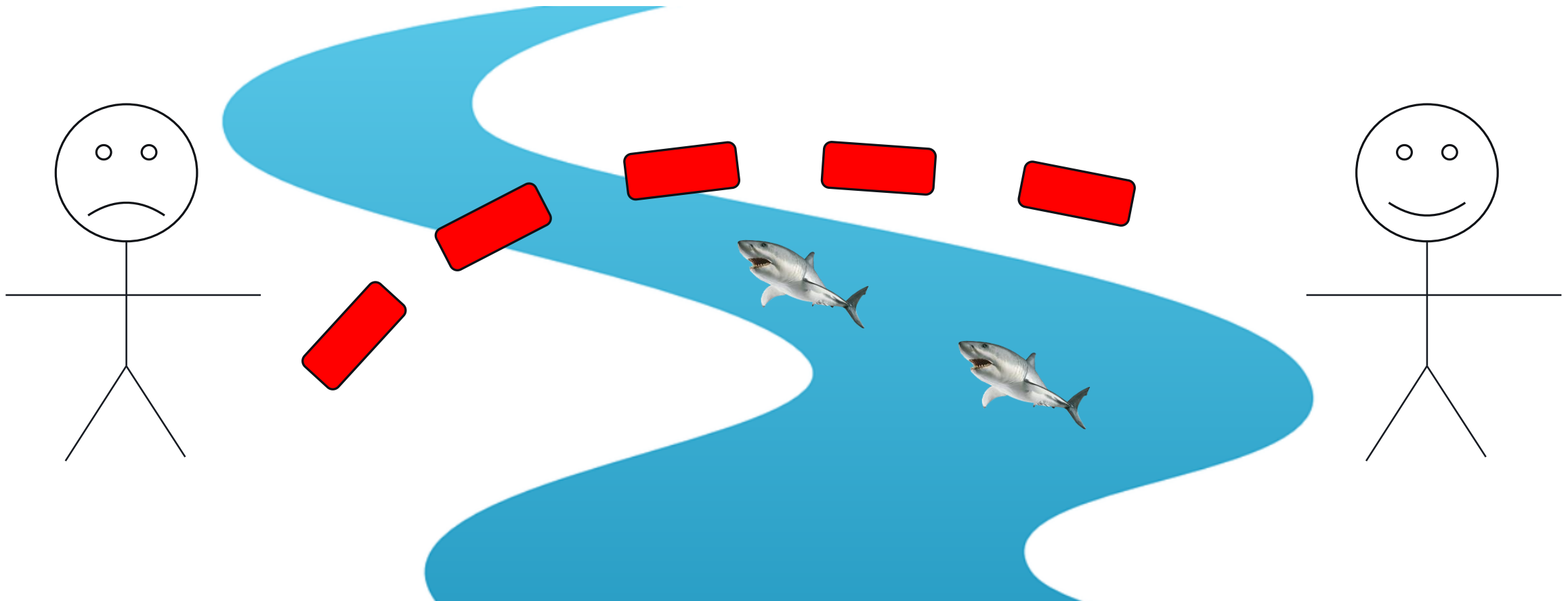
- « Je facture à l'heure ou à la journée »
- « Je vous propose un Business Plan, un schéma X et une vidéo Y »

- Votre temps est limité...
- Pas de possibilité de croître son entreprise sans demander des prix par heure exorbitants...

Pilier 2: Chemin Unique

- Votre client n'achète pas votre temps ou les supports que vous utilisez pour faire votre travail...
- Ce que vos clients veulent réellement -> **Résultat**
- Votre objectif est de présenter un **CHEMIN UNIQUE** vers le **Résultat** que votre client souhaite atteindre

Pilier 2: Chemin Unique





Pilier 3: Positionnement Prédominant

- Le désir dépend de la **Valeur** et de la **Rareté**
- C'est pour cette raison que le riz est bon marché et que l'or est cher...
- Le marketing est avant tout un **jeu de perception...**

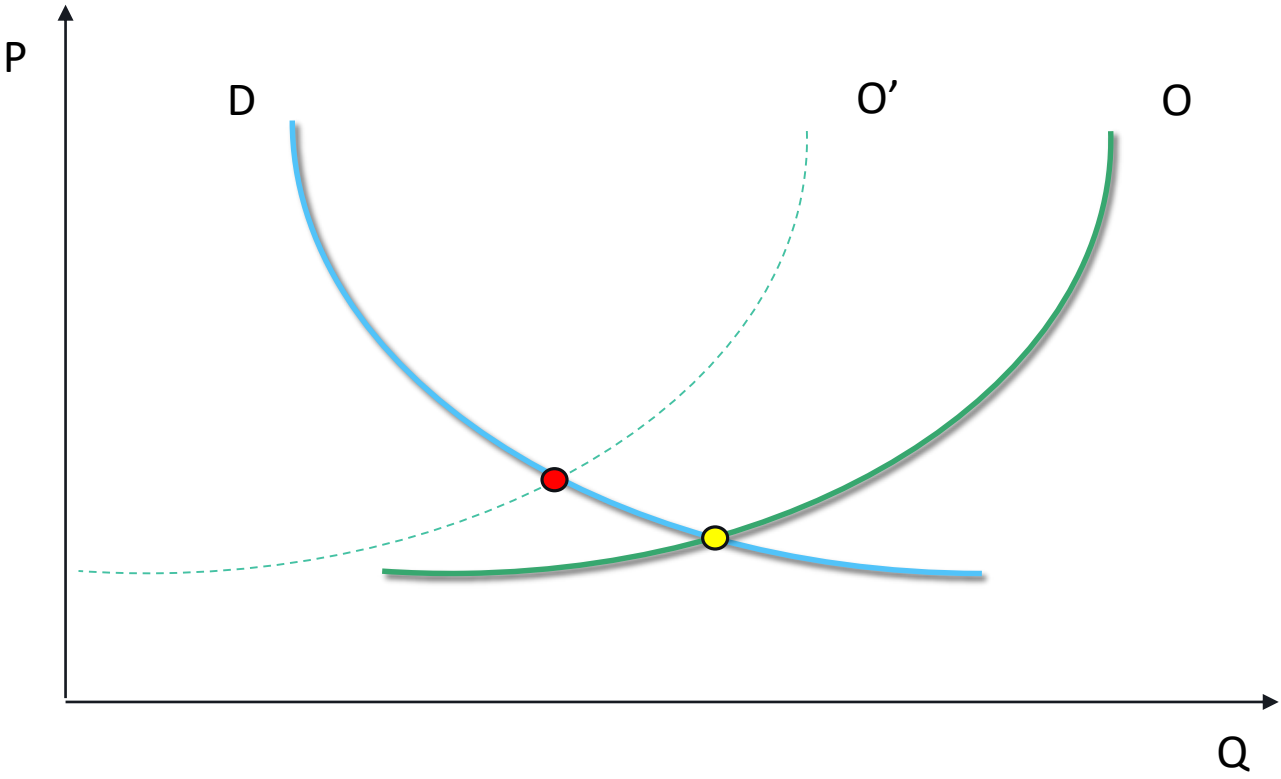
- Lorsque votre client idéal tombe sur vous, il doit vous voir comme **la meilleure** solution à son problème
- Les autres solutions sont un compromis...

Pilier 3: Positionnement Prédominant

- Votre objectif est de **MAXIMISER la demande et MINIMISER l'offre** pour pouvoir dicter votre prix ET choisir les personnes avec lesquelles vous souhaitez travailler

- C'est à ce niveau là que la bataille est soit **gagnée** soit **perdue...**

Pilier 3: Positionnement Prédominant





Pilier 4: Leadership Marketing

- Rencontrer, Sortir, Marier
- Pitcher constamment vos services n'est pas une solution viable à LT...
- Faites du Branding et non pas de la Vente

Pilier 4: Leadership Marketing

- Les personnes achètent auprès des spécialistes **qu'ils connaissent, qu'ils apprécient et à qui ils font confiance**
- Votre objectif -> **Visibilité**, Mettre en avant vos **Valeurs** et Démontrer votre **Expertise**
- Conseils vs Posture de docteur

4 Piliers

- Je ne vous connais pas ni les détails de votre activité...
- Je ne connais pas vos blocages ni vos défis...

- Mais je pourrais identifier vos blocages au niveau des 4 piliers qui vous empêchent d'avancer
- Et vous donner la meilleure piste à suivre

- ***<https://calendly.com/michel-strukov/appel-4piliers>***