



VOTRE OFFRE IRRÉSISTIBLE





VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Nom du produit

Court et mémorable

Véhicule disruptif

*Ce qui fait que votre produit n'a rien à voir avec la concurrence (cf Epiphanie)
Votre méthode, votre savoir faire, votre angle particulier...*

A qui ça s'adresse

A qui ça ne s'adresse pas



VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Livrable 1

Le coeur de votre offre. Permet de répondre au principal problème de votre client, grâce à votre véhicule disruptif. Détaillez le format, modules, durée

Livrables additionnelles

Listez tout ce que vous pouvez offrir en plus qui permet de garantir de meilleures chances de succès à vos clients (ex : cours collectif, liens achat matériel, masterclass, morceau du mois...) Utilisez ce que vous avez repéré dans votre positionnement préalable.

Livrable 2

Livrable 3

Livrable 4

Livrable 5 etc...



VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Bénéfices de votre offre

Traduisons chaque livrable en bénéfices.

Quelle valeur ajoutée apporte chacune des livrables mentionnées précédemment ? En quoi aident-elles votre client cible à encore mieux résoudre son problème ?

Livrable 1

Livrable 2

Livrable 3

Livrable 4

Livrable 5



VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Preuves que cela marche

Quels sont les éléments factuels, preuves et démonstrations qui peuvent apaiser les craintes de votre prospect et démontrer l'efficacité de votre offre ?



VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Bonus qui solutionne le problème d'après

Une fois son problème résolu grâce à votre offre, quel problème votre client rencontrera-t-il ? Que pouvez-vous lui offrir d'avance qui réponde à ce nouveau besoin dans le futur ?



VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Prix irrésistible

Prix de vente

Valeur perçue irrésistible

En quoi la valeur perçue de votre Offre Irrésistible est-elle largement supérieure au prix de vente ? En d'autres mots quelle est la valeur réelle de chaque livrable et à quel prix vous proposez l'ensemble ?

Facilités de paiement

Paiement en plusieurs fois ? Mensualités ?

Garantie de remboursement

Selon quelles conditions ? Sous quel délai ?



VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Réponses aux objections

Quelles sont les objections ?

Listez les objections que vous avez relevées de vos clients lors de la validation de votre marché. Rappel une objection est bon signe, c'est une réaction normale de notre cerveau, il faut donc la considérer chez votre potentiel client.

Répondez point par point à celles-ci :



VOTRE OFFRE IRRESISTIBLE

VOTRE OFFRE EN DETAILS

Inversion du risque

Quel système je mets en place pour que mon prospect ne coure aucun risque en s'engageant ? (ex : période de test, délai de remboursement...)

Raison(s) de se décider maintenant

Listez les arguments sincères qui justifient un engagement rapide de votre prospect cible. Si vous n'avez pas d'argument, le simple fait que le prix peut augmenter et que les conditions ne resteront pas toujours aussi favorables est un exemple

Appel à l'action

Quelle est la bonne raison pour mon prospect de se décider maintenant ?