

CRÉER UNE FORMATION EN 1 MATINÉE

LE PROCESS ULTRA DÉTAILLÉ, ÉTAPE
PAR ÉTAPE

JEAN RIVIÈRE

DROITS D'AUTEUR ET INFORMATIONS

*Tous droits réservés. Ce livre ne peut être reproduit
ni partagé sans autorisation de l'auteur.*

ISBN : 979-8-90070-774-7

Première édition : octobre 2025

WMJ Production

Str. Traian 18, ap 4B

400046 Cluj Napoca, Roumanie.

TABLE DES MATIÈRES

À propos de l'auteur	4
1. Comment créer vite sans bacler	5
2. Les deux rythmes de création	8
3. La matrice pour trouver des sujets en illimité	14
4. Les 7 angles de formations qui marchent	20
5. Multiplier les idées de sujets avec l'IA, en 4 étapes	27
6. Le protocole de validation de sujets avec 2 filtres	31
7. Valider tes idées de sujets auprès de tes futurs clients	37
8. Préparer ta page de vente avant même d'avoir créé la formation	41
9. Le plan détaillé de tes modules	46
10. Quelle longueur pour les plans de tes modules ?	51
11. La technique et les outils	55
12. Comment s'enregistrer d'une traite, sans aucune coupure	61
13. Pourquoi ne jamais regarder en arrière	69
14. Créer ton catalogue de formations	74
15. Comment rendre tes formations intemporelles (et continuer à les vendre à l'infini)	77
16. Finir ta page de vente et mettre ta formation en ligne	83
17. Installer une pratique régulière de création de produits	90
Une dernière chose	94

À PROPOS DE L'AUTEUR

Jean Rivière a été l'un des premiers créateurs à se lancer sur la thématique du business en ligne dans l'espace francophone.

Il a eu pour élèves beaucoup de ceux qui sont devenus les grands noms du web d'aujourd'hui.

Il publie aussi une newsletter, dans laquelle il partage des méthodes et stratégies pour les entrepreneurs du web.

Pour t'y inscrire et recevoir de nouvelles astuces presque chaque matin, tu peux te rendre sur :

<https://JeanRiviere.com>

CHAPITRE 1

COMMENT CRÉER VITE SANS BACLER

Tu vas créer quelque chose que des gens vont payer, et pour la plupart des créateurs, c'est le genre de projet qui génère de la pression et de l'anxiété.

Du coup, ils se mettent à travailler dur, à peaufiner à n'en plus finir... parce qu'ils ont l'impression que plus ils fournissent d'efforts sur la création de leur produit, plus ils mériteront que les gens les payent.

Le problème, c'est que cette attitude transforme chaque projet de création de produit en une montagne :

On procrastine parce que l'ampleur de la tâche nous paralyse. On se convainc qu'il nous faut encore trois mois de préparation, un meilleur équipement, ou davantage de recherches.

Mais la vérité est beaucoup plus simple :

Une formation n'est qu'un packaging autour d'une méthode !

Si ta méthode résout vraiment un problème, si elle fonctionne, alors son packaging peut être minimaliste, simple, et rapide à créer.

Pense à un médicament par exemple. Sa valeur n'est pas dans la beauté de la boîte : elle est dans l'efficacité du principe actif. Personne n'achète une pilule pour son emballage sophistiqué.

Et une formation, c'est pareil : les gens l'achètent pour le résultat que ta méthode leur apporte. Pas pour le nombre d'heures que tu as passées à travailler dur pour la créer...

Il faut donc absolument commencer par comprendre que l'effort de création et la valeur perçue ne sont pas liés :

Tu peux créer quelque chose qui a énormément de valeur pour les gens en quelques heures seulement, parce que créer vite, ça ne veut pas dire créer n'importe quoi :

La valeur perçue par ton client doit bien sûr être importante... mais l'effort que tu fournis pour créer ta formation peut être minuscule.

Et c'est ce DIFFÉRENTIEL entre la valeur perçue et l'effort de création qui fait toute la magie.

Pour créer une formation à haute valeur perçue, tu n'as pas besoin d'une production professionnelle ni d'un montage chiadé qui te prendrait des jours :

Un ton informel, comme si tu parlais à un ami autour d'un café, fonctionne toujours mieux à la fois pour les clients et pour toi :

C'est plus rapide à créer, plus authentique, et plus efficace pour déclencher une connexion.

Actions à faire maintenant :

- Prends une feuille. Note trois fois où tu as passé des heures à peaufiner quelque chose qui aurait pu être fait en une heure.
- Identifie le vrai blocage : est-ce que c'était technique ? Ou juste la peur de ne pas être assez bon ?
- Écris cette phrase : "Une formation est juste un packaging autour d'une méthode. L'essentiel n'est pas le packaging mais la méthode." Relis-la chaque fois que l'anxiété monte.
- Accepte que ta première formation ne sera pas parfaite : elle sera juste fonctionnelle. Et c'est largement suffisant.

CHAPITRE 2

LES DEUX RYTHMES DE CRÉATION

Il existe deux façons de créer des formations. Ce sont deux rythmes complètement différents, chacun avec ses avantages.

Les voici :

1- La méthode marathon : tout créer en une demi-journée, de zéro à une formation complète en quelques heures.

2- La méthode cadence : un module par jour, du lundi au vendredi. 20 minutes de création quotidienne te donnent une formation d'1h40 chaque semaine.

J'ai créé plus de 400 formations au fil des ans : j'ai utilisé les deux méthodes à différents moments.

Voici quand utiliser chacune :

Pour démarrer la machine : le sprint d'une matinée

Quand tu débutes, tu as besoin d'une victoire rapide qui prouve que tu es capable de créer des produits rapidement.

La méthode marathon est idéale pour ça : tu bloques une matinée, et tu sors avec une formation complète avant midi.

L'avantage psychologique est énorme : en quelques heures, tu passes de "j'aimerais créer une formation" à "j'ai une formation prête à vendre".

Et cette première formation finalisée, aussi imparfaite soit-elle, te donnera confiance en toi :

Tu seras convaincu que c'est faisable, parce que tu l'auras fait. Que ça ne prend pas des mois. Que tu n'as pas besoin d'être un expert en production vidéo.

Le sprint d'une matinée, ça peut donc être ton déclencheur de mise en route.

Installer la routine : le module quotidien

Une fois la machine lancée, tu pourras passer en rythme de croisière si tu le souhaites : un module par jour du lundi au vendredi.

20 minutes suffisent, le matin de préférence, juste

avant ou juste après le reste de ton travail de la matinée.

À ce rythme, tu produiras une formation complète chaque semaine. C'est 4 formations par mois. 52 par an.

L'accumulation devient vite vertigineuse... Et c'est ce qui va te permettre de vendre PLUS aux MÊMES clients :

C'est ce que je fais depuis une quinzaine d'années, et c'est la clé qui m'a permis d'avoir eu des résultats autrement impossibles avec la taille de mon audience.

Mais surtout, cette routine quotidienne va transformer la création de modules de formations en habitude, comme te brosser les dents.

Tu n'auras plus besoin de motivation. Tu n'auras plus besoin de te poser la question "Est-ce que je crée un module aujourd'hui ?".

C'est juste ce que tu feras chaque matin comme d'autres vont courir ou jouer du piano.

Pourquoi 20 minutes ?

Un module, c'est un problème résolu. Une étape franchie. Un petit résultat obtenu.

Et 20 minutes de contenu, ça s'enregistre facilement sans coupure, sans montage, sans stress...

D'ailleurs, tu sauras exactement ce que tu devras dire parce que tu auras un template. Une structure qui fonctionnera à chaque fois pour faire ton plan de module.

Par exemple :

Problème, fausses solutions, vraie solution, étapes pratiques, action ou exercice à faire maintenant.

Tu remplis les blancs en 2 ou 3 minutes, tu t'enregistres, puis tu passes à autre chose.

Et le lendemain, tu fais le module suivant. Et ainsi de suite.

Cinq modules, c'est une formation. En une semaine, c'est bouclé.

Les deux méthodes ne s'excluent pas

Tu peux alterner selon tes besoins :

Certains mois, tu peux enchaîner les sprints. D'autres mois, tu peux utiliser la routine des 20 minutes quotidiennes...

L'important, c'est d'avoir les deux outils dans ta boîte. Ça permet aussi d'avoir de la variété : quand tu en as marre de faire des sprints, tu passes à la méthode quotidienne, et inversement.

Mais si tu débutes, commence par le sprint : crée ta première formation en une matinée. Prouve-toi que c'est possible.

Ensuite, installe la routine des 20 minutes si tu le souhaites, pour transformer la création de produits en habitude.

Comment j'ai créé 400+ formations

Ce n'est pas le résultat d'un effort surhumain : c'est le résultat d'une constance sur un grand nombre d'années.

Et tu peux très bien faire la même chose :

Un module par jour du lundi au vendredi pendant 5 ans, ça fait 1300 modules. Divisés en formations de 5 modules, ça fait 260 formations...

Tout le problème, c'est que la plupart des créateurs créent par à-coups. Ils fournissent un effort énorme pendant un mois, puis rien pendant trois mois. Puis un autre effort.

Résultat : 5 produits par an, peut-être.

Toi, en seulement 20 minutes par jour, tu vas pouvoir créer dix fois plus... sans t'épuiser. Juste en étant régulier !

Actions à faire maintenant :

- Choisis ton point de départ. Si tu n'as jamais créé de formation, bloque une matinée dans les 7 prochains jours pour faire ton premier sprint.
- Si tu as déjà créé quelques formations, installe la routine des 20 minutes quotidiennes.

- Prépare ton environnement de création : un endroit où tu peux enregistrer sans interruption ni distraction.

CHAPITRE 3

LA MATRICE POUR TROUVER DES SUJETS EN ILLIMITÉ

La plupart des gens qui veulent créer une formation bloquent pendant des semaines sur la même question :

"Quel sujet choisir ?"

Ils tournent en rond. Ils doutent. Ils se demandent si leur idée est assez bonne, assez originale, assez vendable...

Et pendant ce temps, ils ne créent rien !

Tout le problème, c'est qu'ils manquent de méthode pour générer des idées rapidement et les valider.

Voici donc comment générer des sujets de formations en masse, en quelques minutes seulement.

La matrice : sous-thématiques × angles

Prends une feuille. Trace deux colonnes.

- Colonne 1 :

Liste 7 sous-thématiques dans ton domaine d'expertise.

- Colonne 2 :

Liste les 7 angles que je vais te donner.

Par exemple, si ton domaine est la création de contenu :

Sous-thématiques :

1 Écriture

2 Vidéo

3 Podcasts

4 Réseaux sociaux

5 Newsletters

6 Storytelling

7 Copywriting

Angles :

1 Nouvelle façon

2 Raccourci

3 X sans Y

4 X en Y temps

5 Pour débutants complets

6 Les clés du nouveau monde

7 Système

Le tirage au sort

Maintenant que ta matrice est remplie, utilise le hasard.

Va sur random.org ou n'importe quel générateur de nombres aléatoires.

Et tire au sort deux nombres entre 1 et 7 :

Ça y est : tu as un thème et un angle, c'est à dire un premier sujet de formation !

Ça paraît stupide, mais c'est libérateur. Ça permet d'éliminer la paralysie du choix : tu ne peux plus tergiverser pendant des jours pour trouver "le meilleur sujet possible".

Et si vraiment le résultat ne te convient pas, tu peux relancer le tirage au sort.

Mais je te conseille quand même de te faire un mini brainstorming en 5 minutes pour trouver un sujet cohérent depuis le résultat du premier tirage.

Diviser pour multiplier

Quand tu arrives au bout de tes premières sous-thématiques, tu peux les diviser pour créer une nouvelle matrice.

Il existe deux façons de diviser : verticalement et horizontalement.

Division verticale : creuser plus profond

La division verticale, c'est rentrer plus à fond dans chaque sujet.

Par exemple :

"Création de contenu" peut se diviser en vidéo, écriture, podcasts...

Puis "Vidéo" peut se diviser en montage, prise de parole, éclairage, cadrage, miniatures YouTube, scripts de vidéo...

Et tu peux continuer comme ça :

"Montage" peut se diviser en transitions, effets, color grading, rythme narratif, cuts dynamiques...

Bref, tu peux continuer à l'infini et descendre de plus en plus dans la spécialisation.

Chaque niveau de division te donne 7 nouvelles sous-thématiques à croiser avec tes 6 angles : tu passes de 42 sujets potentiels à 294 sujets. Puis à 2058 sujets au niveau suivant.

Division horizontale : élargir le terrain

La division horizontale, consiste à explorer d'autres domaines adjacents au tien.

Si tu es dans le domaine de la création de contenu par exemple, regarde ce qui gravite autour :

Monétisation, analytics, personal branding, SEO...

Chacun de ces sujets peut devenir une nouvelle sous-thématique qui va se croiser avec tes angles.

Par exemple :

"Monétisation" peut se diviser en sponsoring, affiliation, création de produits numériques, coaching, abonnements...

Quand utiliser quelle division ?

Utilise uniquement la division verticale si tu veux devenir LA référence sur un sujet ultra-précis. Si tu veux que les gens viennent chez toi pour cette expertise pointue.

Et utilise la division horizontale si tu veux juste vendre plus aux mêmes clients.

Mais dans la plupart des cas, je conseille d'utiliser les deux.

Ce que tu vas découvrir au chapitre suivant

Le prochain chapitre va détailler les 7 angles qui fonctionnent.

Pour l'instant, tu peux te contenter de créer la première partie de ta matrice :

Commence avec 7 sous-thématiques : ça suffit pour démarrer. Puis plus tard, quand tu arriveras à court de sujets, tu pourras diviser ces sous-thématiques de façon verticale et/ou horizontale.

Actions à faire maintenant :

- Crée ta première matrice avec 7 sous-thématiques liées à ton domaine d'expertise.
- Ajoute les 7 angles dans la colonne 2. Ne cherche pas encore à les comprendre, ça vient au prochain chapitre.
- Va sur random.org. Tire au sort deux nombres entre 1 et 7, et note-les quelque part.
- Fais déjà un mini-brainstorming de 5 minutes sur ce croisement, même si tu ne sais pas encore exactement à quoi correspondent les angles. Quel sujets de formations te viennent à l'esprit ? Note-les.

Mais ne cherche pas encore à valider ou à choisir le meilleur sujet. Pour l'instant, tu accumules juste des options.

CHAPITRE 4

LES 7 ANGLES DE FORMATIONS QUI MARCHENT

Tu as ta matrice. Tu as tiré au sort un croisement.

Maintenant, il faut comprendre ce que chaque angle signifie vraiment.

Voici donc les 7 angles qui fonctionnent, et comment les utiliser :

Angle 1 : Nouvelle façon

Cet angle repose sur la nouveauté perçue.

Les gens sont saturés d'informations : ils ont déjà vu 50 formations sur les mêmes sujets.

Ce qui déclenche l'achat avec cet angle, c'est l'envie de découvrir une approche nouvelle.

Pas forcément révolutionnaire, mais juste radicalement différente de ce qu'on raconte ailleurs.

Identifie ce que tu fais autrement que les autres : un outil inhabituel, une étape que tu supprimes, un ordre que tu inverses, un détail technique qui change tout...

Par exemple : tout le monde enseigne le montage vidéo avec un logiciel complexe sur ordinateur. Toi, tu pourrais proposer une formation pour monter ses vidéos uniquement avec un téléphone et des applis gratuites...

L'angle ne dicte pas forcément ton titre final, mais il guidera le plan de la formation et les arguments de vente.

Angle 2 : Raccourci

Cet angle consiste à promettre d'atteindre le résultat plus rapidement qu'avec la méthode traditionnelle.

Identifie par exemple une façon de faire qui donne 80% des résultats, en éliminant toute la complexité habituelle.

Par exemple : apprendre le copywriting prend normalement des mois. Toi, tu pourrais fournir et détailler uniquement les 20 formules ou plans qui suffisent pour obtenir 80% des résultats.

Le raccourci ne doit pas être du superficiel... mais de l'ultra-concentré !

Angle 3 : X sans Y

Cet angle consiste à contourner ou à éliminer l'obstacle principal qui empêche les gens de passer à l'action.

X = le résultat que les gens veulent

Y = l'obstacle qui les empêchent de l'obtenir (par exemple : matériel coûteux, compétence technique, temps disponible...)

Voici des exemples :

Faire des ventes sans avoir d'audience.

Ou créer des produits d'information sans devoir s'enregistrer.

L'obstacle que tu supprimes doit être réel et massivement ressenti, ça ne doit pas être un détail qui ne concerne que 5% des gens...

Angle 4 : X en Y temps

Cet angle consiste à proposer un parcours rapide étape par étape vers un résultat. Un calendrier d'actions.

Par exemple :

Créer une formation en une matinée...

Ou encore :

Un site web comme le mien en 2 après-midi.

Ton premier potager en 21 jours.

C'est l'angle le plus classique pour les formations en ligne : il n'a rien d'original mais il fonctionne.

Attention cependant : d'expérience (et j'ai étudié mes statistiques en détail pour le découvrir), les formations "X en Y temps" se vendent toujours moins bien quand la durée excède 3 semaines (= 21 jours).

Je te conseille donc de rester en-dessous : pas de résultats en 2 mois, par exemple.

Angle 5 : Pour débutants complets

Cet angle cible ceux qui partent de zéro et ont peur de se tromper :

C'est le plus gros segment de marché dans presque tous les domaines.

Tu peux utiliser les mots "de zéro" ou "depuis zéro dans le titre"...

Mais JAMAIS, ABSOLUMENT JAMAIS "pour les nuls" !

Pourquoi ?

Parce que "Pour les nuls" est une marque déposée... et ils font des procès !

Mais dans les faits, le principe est le même que celui de la série de livres bien connue :

Tu élimines tout le jargon, tu expliques chaque étape comme si la personne n'avait jamais touché au domaine...

Bref, tu crées une formation qui rassure les débutants, qui est ultra accessible, sans aucun bagage technique et aucune connaissance préalable nécessaire.

L'objectif : que tout le monde puisse y arriver en suivant les étapes.

Angle 6 : Les clés du nouveau monde

Cet angle exploite un changement récent qui a bouleversé ton domaine. Quelque chose qui rend les anciennes méthodes obsolètes.

Par exemple dans mon domaine :

La RGPD il y a quelques années. L'IA aujourd'hui. Ou tel changement récent d'algorithme sur telle plateforme. Telle nouvelle réglementation. Telle technologie qui émerge...

L'idée : montrer que la façon de faire d'avant ne fonctionne plus, et qu'il va falloir s'adapter rapidement au nouveau contexte.

Un exemple ?

"La pub Facebook après iOS 14".

(Apple a bloqué le tracking publicitaire : les

anciennes façons de faire du tracking pour Facebook Ads sont mortes quand iOS14 est arrivé).

Cet angle fonctionne quand le changement est récent (moins de 3 ans) et massif. Quand ce n'est pas qu'un petit ajustement, mais une vraie rupture.

Et sur ta page de vente, tu devras montrer clairement ce qui a changé : pourquoi l'ancienne façon est obsolète, et pourquoi il est urgent de s'adapter au nouveau contexte.

En d'autres termes : tu convaincras les gens que le monde a vraiment changé, et tu leur vendra les clés du nouveau monde.

Angle 7 : Système

Ici, tu proposes une architecture complète.

Un exemple dans mon domaine :

"Système de business 100% audio". Tout ton contenu, toute ta création, toute ta vente se fait en audio. Zéro texte.

Ou à l'inverse :

"Système de business 100% texte". Pas de vidéo, pas d'audio. Uniquement de l'écrit. Newsletters, articles, ebooks...

Autre exemple :

"Système de création en 20 minutes par jour". Tout est organisé autour de cette contrainte : les outils, l'environnement, les templates, le planning. Le système fait en sorte que 20 minutes suffisent.

Un système peut aussi être un processus-métier complet :

"Système de vente de coaching sans appels". Toute ta machine de conversion fonctionne par emails automatisés, pages de vente, et séquences email. Zéro interaction téléphonique avant le paiement.

Actions à faire maintenant :

- Reprends le croisement tiré au sort au chapitre précédent. Et relis la description de l'angle correspondant ci-dessus.
- Écris 3 titres possibles pour ta formation en utilisant cet angle. Varie les formulations : tu n'es pas obligé d'utiliser littéralement l'angle dans les titres.
- Choisis celui qui résonne le plus. Celui qui te donne envie de créer cette formation maintenant.
- Si aucun titre ne te parle après 5 minutes d'essais, retourne à ta matrice. Tire un nouveau croisement. Recommence.

L'objectif n'est pas de trouver le titre parfait : c'est juste d'avoir un titre suffisamment clair et vendeur.

CHAPITRE 5

MULTIPLIER LES IDÉES DE SUJETS AVEC L'IA, EN 4 ÉTAPES

Tu as ton premier sujet de formation possible.

Maintenant, tu peux utiliser l'IA pour trouver des dizaines d'autres sujets complémentaires en quelques minutes.

L'IA ne remplace pas ta matrice et elle ne choisit pas à ta place, mais elle accélère la recherche et peut te faire découvrir des angles auxquels tu n'aurais jamais pensé seul.

Voici le processus exact en 4 étapes :

Étape 1 : Donner le contexte

Ouvre ChatGPT ou Claude. Commence par ce prompt simple :

"Voici un sujet de formation que j'ai trouvé, à destination des [description des membres de ton

audience]. Aide-moi à en trouver d'autres : liste-moi 10 possibilités de sujets vendeurs.”

L'IA va te sortir 10 sujets en quelques secondes. Certains seront banals. D'autres intéressants. Note ceux qui résonnent.

Étape 2 : Demander de l'inattendu

Ne t'arrête pas là : la première liste est toujours trop prévisible.

Relance avec ce prompt :

“Donne-moi maintenant 10 titres auxquels je n'aurais jamais pensé. Des angles inhabituels, contre-intuitifs, décalés, ou qui croisent des domaines inattendus. Ils doivent tous être vendeurs, et à destination de [description des membres de ton audience]”.

L'IA va sortir du cadre. Tu vas avoir des propositions étranges, certaines inutilisables, mais aussi des pépites.

Étape 3 : Inverser le problème

Maintenant, change de perspective.

Demande à l'IA :

“Quels sont les 10 plus gros obstacles qui empêchent ma cible d'atteindre [résultat X] ? Transforme chaque obstacle en sujet de formation

avec l'angle 'Comment X sans Y', où X est le résultat et Y l'obstacle qui les empêchent de l'obtenir.”

L'IA va identifier les freins principaux des gens, puis te proposer des sujets de formations qui éliminent chaque frein.

Étape 4 : Créer des combinaisons

Dernière étape. Demande à l'IA :

"Combine deux domaines différents pour créer 10 sujets de formation originaux.

Croise [ton domaine] avec des univers comme la santé, le développement personnel, l'efficacité, etc. [remplace par des sujets qui sont vraiment liés au tien]”

Comment exploiter les résultats

À la fin de ce processus, tu auras des tonnes de sujets.

Repère juste ceux qui te donnent une réaction physique. Ceux qui te font penser : “Ça, ça marcherait vraiment.”

Note-les dans un fichier, et garde-les sous la main.

Actions à faire maintenant :

- Ouvre ChatGPT ou Claude.

- Copie le prompt de l'étape 1. Remplace par ton sujet trouvé au chapitre précédent.
- Enchaîne les 4 étapes.
- À la fin, tu dois avoir une liste de sujets potentiels notés quelque part.

Passes ensuite au chapitre suivant pour les valider.

CHAPITRE 6

LE PROTOCOLE DE VALIDATION DE SUJETS AVEC 2 FILTRES

Tu as maintenant toute une liste de sujets potentiels.

Maintenant, avant de créer le moindre contenu, tu dois valider ces sujets pour trouver le meilleur d'entre eux.

Pas en trois semaines d'étude de marché, mais en 5 minutes de travail.

D'abord, tu vas utiliser les deux filtres suivants qui éliminent 90% des mauvais sujets : ceux qui ne se vendront jamais, ceux avec lesquels tu perdrais ton temps pour rien.

Si un sujet passe les deux filtres, tu peux le garder dans ta liste. Sinon, tu l'élimines tout de suite.

Filtre 1 : La règle des 80%

Question simple :

Est-ce que ce sujet concerne au moins 80% des gens qui verront ton offre ?

Pas 80% de l'humanité. 80% de ton audience actuelle.

C'est à dire ceux qui te suivent déjà, qui lisent tes emails, qui ont acheté chez toi...

Voici des exemples concrets :

Dans le fitness : "Perdre du ventre sans aller à la salle de sport" passe certainement le filtre. 80% des gens en surpoids sont concernés, tous âges confondus.

Mais "Perdre du ventre après 40 ans" ne passe pas forcément parce que tu exclus tous les moins de 40 ans qui sont peut-être 50% de ton audience.

Dans la cuisine : "Cuisiner des repas sains rapidement" passe le filtre. 80% des gens manquent de temps pour cuisiner.

Mais "Pâtisserie végane pour les allergiques au gluten" ne passe certainement pas. C'est peut-être 1% de ton audience, à moins que tu ne crées du contenu que pour ce public là.

Pourquoi ce filtre ?

Parce qu'un sujet qui concerne seulement une petite portion de ton audience ne générera jamais assez de ventes pour justifier l'effort de création.

Même si l'argumentaire est parfait, même si le lancement est vraiment persuasif... Tu travailleras pour rien parce que tu proposeras ta formation à des personnes qu'elle ne concerne pas.

La règle des 80% te force à rester dans ton cœur de cible !

Filtre 2 : Le test du désir

Deuxième question :

Est-ce que la personne moyenne de ton audience a déjà dépensé de l'argent et/ou du temps pour obtenir ce résultat ?

C'est le test ultime : les gens ont beaucoup plus de chances de dépenser de l'argent dans un domaine dans lequel ils ont déjà fourni des efforts par le passé.

Si ton sujet porte sur un problème qu'ils n'ont jamais essayé de résoudre, il y a beaucoup de chances que ce soit beaucoup plus difficile à vendre :

Il faudra les sensibiliser au problème, les "éduquer"... bref, fournir des efforts inutiles.

Privilégie donc les sujets sur lesquels le désir est profond, viscéral... C'est à dire que ce sujet les obsède depuis des mois, voire des années.

Et évite les sujets auxquels ils pensent 2 minutes par mois quand ils tombent dessus par hasard.

Si ta cible n'a jamais dépensé ni argent ni temps pour essayer d'obtenir le résultat que ton sujet propose, réessaye avec un autre sujet.

Comment appliquer ces filtres

Prends ta liste de sujets potentiels. Celle que tu as générée au chapitre précédent.

Et pour chaque sujet, pose-toi les deux questions :

1. Est-ce que je pense sincèrement que 80% de mon audience actuelle est concernée ?
2. La personne moyenne de mon audience a t-elle déjà dépensé de l'argent ou du temps pour ce résultat ?

Si une seule réponse est non, barre le sujet. Passe au suivant.

Si les deux réponses sont oui, entoure-le. C'est un sujet valide.

Et si les gens ont une obsession évidente pour la résolution du problème, surligne le sujet : tu tiens un best-seller potentiel.

À la fin du processus, tu dois avoir au moins 4 sujets entourés ou surlignés.

Si tu en as moins de 4, utilise l'IA pour générer d'autres idées autour du sujet que tu avais tiré au sort.

Si tu en as plus de 4, resserre les critères. Sois plus strict sur les 80%, et plus exigeant sur le désir.

Ce que tu ne dois PAS faire

Ne passe pas trois semaines à analyser le marché. Ne fais pas d'interviews de deux heures avec ta cible.

Deux filtres, cinq minutes par sujet, c'est tout.

L'objectif ici, c'est juste de créer une formation en une matinée, rapidement et simplement. Pas de préparer un produit qui demanderait un investissement massif... Tu ne prends pas vraiment de risques !

D'ailleurs, si tu hésites sur un sujet, c'est probablement que la réponse est non. Le bon sujet, tu le sens immédiatement. Il résonne. Tu SAIS que c'est bon.

C'est important aussi que tu aies VRAIMENT envie de créer une formation sur les sujets que tu choisis. Sinon, ton travail sera pénible, et c'est tout à fait inutile.

Choisis donc les sujets qui passent les filtres ET qui te font vibrer, c'est à dire ceux dont tu as le plus envie de parler !

Actions à faire maintenant :

- Prends ta liste de sujets potentiels.
- Applique les deux filtres à chaque sujet. Entoure ou barre chaque sujet. Surligne ceux qui correspondent à une obsession pour les membres de ton audience.

Tu dois finir avec 4 sujets validés (entourés ou surlignés). Si ce n'est pas le cas, génère de nouveaux sujets et recommence.

Ces sujets validés sont tes candidats pour le chapitre suivant. Tu vas maintenant les tester avec un sondage rapide pour identifier le gagnant.

CHAPITRE 7

VALIDER TES IDÉES DE SUJETS AUPRÈS DE TES FUTURS CLIENTS

Tu as maintenant 4 sujets validés par les deux filtres. Tous passent le test des 80%. Tous répondent à un désir profond.

Mais tu ne peux pas créer 4 formations en même temps : il faut choisir le meilleur sujet des 4.

La méthode : un sondage ultra-simple envoyé à ton audience, avec réponse en 1 clic.

La question à poser

Tu peux formuler ta question comme ça, par exemple :

“Sur quel sujet est-ce que tu voudrais le plus te former ?”

Puis liste tes 4 sujets validés. Un par ligne. Avec le titre exact que tu utiliserais pour la formation.

C'est tout. Pas d'explications supplémentaires. Pas de détails sur le contenu. Juste les titres.

Où envoyer le sondage

Si tu as un canal Telegram ou une communauté en ligne, envoie le sondage là. Telegram permet les sondages natifs. C'est pratique et rapide : je valide aujourd'hui tous les sujets de mes guides pratiques de cette façon, par exemple.

Tu peux aussi le faire dans tes newsletters :

Par exemple, Kit (anciennement ConvertKit) permet de créer des sondages à placer dans ses emails.

Sinon, utilise un formulaire Google Forms ou Tally. Crée le sondage, et envoie le lien par email à ta mailing list.

Si tu as peur que les gens ne répondent pas, offre quelque chose derrière : un PDF, un document, une checklist...

Et annonce-le dans ton email :

"Réponds au sondage, je t'offre [ressource] juste après."

De combien de réponses tu as besoin

Minimum 20 réponses. En dessous, les résultats ne sont pas fiables.

Idéal : 40 à 100 réponses.

Au-delà, c'est du bonus. Mais 40 suffisent pour voir une tendance claire.

Si tu obtiens moins de 20 réponses après 48 heures, relance. Envoie un rappel. Change l'objet de l'email. Insiste sur l'offre derrière le sondage...

Comment analyser les résultats

Tu cherches une anomalie positive, c'est à dire un sujet qui se détache nettement du lot.

En d'autres termes : l'idéal, c'est qu'un sujet domine clairement les autres, sans match serré.

Si aucun sujet ne se détache, si tout est plat autour de 25% par sujet sans anomalie claire, choisis juste celui qui te parle le plus et que tu as le plus envie de créer...

Ou bien repasse à la génération de sujets. À toi de choisir selon tes priorités.

Intègre ce process à ta routine

Idéalement, ce sondage aurait dû être fait AVANT ta matinée de création.

Le processus optimal : matrice + IA + sondage une fois par cycle, puis création.

Ça veut dire que si tu veux créer une formation par semaine, tu appliqueras ce process tous vendredis pour préparer la semaine d'après, par exemple.

Et si tu crées une formation par mois, tu le répéteras la première semaine de chaque mois.

Bref, ajoute ce rituel à ton process de création : note-le dans ton calendrier ou ta routine, selon le cycle de lancement que tu choisis (= une formation par semaine, ou par mois, ou autre...).

Actions à faire maintenant :

- Prends tes 4 sujets validés du chapitre précédent.
- Si tu offres quelque chose pour booster les réponses, prépare-le maintenant. Un PDF simple. Une checklist. Un document de 2 pages. Rien de compliqué.
- Poste ton sondage. Kit, Google Forms, Tally, ou Telegram.

Attends quelques heures. Regarde les résultats, et identifie le gagnant.

CHAPITRE 8

PRÉPARER TA PAGE DE VENTE AVANT MÊME D'AVOIR CRÉÉ LA FORMATION

Tu as ton sujet validé.

Maintenant, tu vas faire quelque chose de contre-intuitif :

Tu vas créer le plan de ta page de vente AVANT de créer le plan et le contenu de ta formation.

La plupart des créateurs font l'inverse : ils créent d'abord le contenu, puis tentent de le vendre après coup.

Résultat : ils ont besoin de trouver des arguments pour vendre... Et ils se retrouvent parfois bloqués.

L'inversion résout ce problème :

Tu te demandes d'abord :

Qu'est-ce qui vendrait le plus sur ce sujet ?

Quels arguments déclencheraient l'achat ?

Et ensuite seulement, tu crées le contenu qui correspond à ces arguments.

En d'autres termes :

Tu peux mettre n'importe quel argument dans ta page de vente si tu sens que ça va vendre plus.

Et tu créeras le contenu de ta formation en conséquence, pour pouvoir livrer tout ce que tu auras promis sur la page de vente.

La structure en 11 blocs

Il existe beaucoup d'architectures de page de vente qui fonctionnent.

En voici par exemple une en 11 blocs, qui est particulièrement efficace.

Tu n'as pas besoin de les mémoriser, juste de les remplir :

- 1- Accroche (pour inciter à la lecture de la suite)
- 2- Problèmes vécus par le lecteur
- 3- Apocalypse (ce qui peut arriver de pire au lecteur si ses problèmes ne sont pas résolus)
- 4- Fausses solutions qu'il a essayé sans succès, et pourquoi elles n'ont pas fonctionné
- 5- Grande idée derrière la méthode que tu proposes

6- Preuve logique de cette grande idée (calcul, démo...)

7- Pourquoi c'est risqué et/ou pénible et/ou long d'appliquer cette grande idée par soi-même

8- Annonce du produit : "C'est la raison pour laquelle j'ai créé..." + résultats auxquels on peut s'attendre + premier bouton d'achat

9- Titre des modules + bénéfices pour chaque (sommaire détaillé de chaque module, sous la forme d'une liste)

10- Répétition des résultats auxquels on peut s'attendre

11- Visualisation de la nouvelle vie (problèmes du début inversés) + 2è bouton d'achat.

Ce que tu fais maintenant

Tu ne rédiges rien : tu fais juste le PLAN de la page de vente (une à trois lignes par bloc).

Ça ne devrait pas te prendre plus de 5 à 10 minutes. Pas besoin de réfléchir trop : quand on y passe trop de temps, on a tendance à complexifier inutilement.

Les arguments les plus fluides sont souvent les premiers qu'on trouve !

Bref, fais ton plan en remplissant ces 11 cases sur un document texte (ou mieux : sur une feuille

imprimée, avec une case pour chacun des 11 blocs).

Et surtout, fais ce plan NON PAS en fonction de ce que tu penses devoir enseigner dans ta formation...

Mais en fonction de ce qui peut le plus persuader les gens de l'acheter !

Seuls les bénéfices détaillés viendront après

Le bloc des bénéfices de chaque module (= le sommaire détaillé de chaque module) viendra après. Tu ne penseras à cette partie que lorsque ta formation sera enregistrée.

Mais tout le reste (y compris le titre des modules), prépare-le maintenant sous la forme d'un plan.

Actions à faire maintenant :

- Imprime un document avec 11 cases (une par partie de la structure ci-dessus). Ou bien avec ta structure de pages de vente préférée.
- Remplis chaque case à la main, avec un stylo, en une à trois lignes. Ne réfléchis pas plus de 30 secondes par case.
- Pose-toi cette question pour chaque bloc : qu'est-ce qui vendrait le plus ? Et surtout pas : qu'est-ce que je vais bien pouvoir enseigner ?

Si tu bloques sur un bloc, saute-le. Reviens-y après, mais ne passe pas plus de 5 minutes au total sur cette étape : **quand on se met à trop penser à la structure d'un argumentaire, on le rend moins fluide, et le résultat, c'est qu'il vend moins.**

Les premières idées qui te passent par la tête seront certainement les meilleures : d'expérience, c'est le cas pour moi.

- Une fois que tu as terminé, garde cette feuille. **C'est ton cahier des charges : ta formation devra livrer exactement ce que ce plan promet.**

Passe ensuite au chapitre suivant pour continuer.

CHAPITRE 9

LE PLAN DÉTAILLÉ DE TES MODULES

Tu as le titre de tes modules : ils sont listés dans le plan de ta page de vente.

Mais à l'intérieur de chaque module, il n'y a encore rien...

Tu vas donc maintenant faire le plan du contenu de chaque module.

Le plan type d'un module

Tu peux soit décider d'une structure à l'intuition, soit utiliser le template suivant en 7 blocs.

Au fil de ma carrière, j'ai fait les deux :

Ça m'est souvent arrivé d'utiliser ce template quand j'étais fatigué, ou quand l'inspiration n'était pas au rendez-vous, et ça donne un très bon rendu.

Au contraire, quand je me sens inspiré, je n'utilise pas de template.

Il n'y a pas de règle, donc : choisis l'option qui te convient le mieux au moment où tu prépares ton plan.

Voici le template en 7 blocs (à utiliser pour chaque module) :

1- D'abord, tu **annonces** ce qu'on va apprendre dans ce module.

2- Ensuite, tu listes les **problèmes** que ton audience rencontre au sujet du module. Leurs frustrations, leurs peurs, leurs difficultés...

3- Après, tu parles des **fausses solutions**. Ce qu'ils ont déjà essayé sans succès. Ce que tout le monde conseille, mais qui ne marche pas. Et tu expliques pourquoi ça ne marche pas.

4- Tu donnes ensuite la **théorie** : ce qui marche, et pourquoi ça marche, la logique derrière...

5- Après la théorie vient la **pratique**. Les étapes précises à suivre, le mode d'emploi concret...

6- Et tu termines par une **action concrète**. Un exercice à faire, une application immédiate, une liste que les gens peuvent faire (même très simple).

Cette structure n'est pas gravée dans le marbre : certains modules pourront en dévier complètement.

Mais dans 90% des cas, cette ossature fonctionne parfaitement.

D'ailleurs, comme tu peux le remarquer, elle est très proche d'une structure de page de vente et c'est normal :

C'est le type de structure qui parle aux gens, qui maintient leur attention et qui persuade. Elle marche donc aussi bien pour la vente que pour la pédagogie.

Si tu crées un module par jour plus tard...

Pour l'instant, tu es en mode sprint : une matinée pour créer toute la formation.

Donc tu vas préparer le plan de tous les modules de ta formation maintenant.

Mais si plus tard tu utilises la méthode quotidienne du chapitre 2 (un module par jour en 20 minutes) alors tu pourras adapter cette approche :

Dans ce cas, tu feras juste le plan du module du lendemain, chaque jour.

Pourquoi créer le plan pour un module d'avance ?

Parce que le cerveau a souvent besoin de temps pour digérer. Si tu fais le plan du module 2 le jour

où tu enregistres le module 1, ton inconscient travaillera dessus pendant 24 heures.

Et le lendemain, quand tu arriveras pour créer ce module 2, tout sera déjà mûr dans ta tête. Les idées seront plus claires, et tu auras plus de facilité à créer.

Mais si tu fais le plan ET l'enregistrement du même module le même jour, tu te retrouveras parfois à forcer, à réfléchir et à produire en même temps...

Et d'expérience, c'est souvent plus pénible.

Ou alors : prépare toute la semaine d'un coup

Il existe une autre variante encore plus efficace pour certains :

À la fin de chaque semaine, tu prépares le plan complet de tous les modules que tu enregistreras la semaine d'après.

Puis le lundi matin, tu crées le module 1. Le mardi, le module 2. Et ainsi de suite.

L'avantage : ton intelligence d'arrière-plan aura travaillé de façon inconsciente sur TOUS les modules pendant le week-end. Quand tu arriveras le lundi, tout sera déjà digéré.

Cette méthode convient particulièrement à ceux qui aiment séparer complètement les phases de

travail : une session de réflexion en fin de semaine, puis 5 jours de pure exécution.

Choisis donc l'approche qui te correspond le mieux.

Mais aujourd'hui, comme l'objectif est de tout faire en une matinée (en mode sprint), tu peux faire tout ton plan d'un coup.

Actions à faire maintenant :

- Prends des feuilles de papier (chez moi, j'utilise des feuilles de cahier au format A5).
- Note le numéro et le nom de chaque module en haut de chaque page.
- Pour chaque module, trace 6 cases ou lignes correspondant aux 6 blocs : Annonce, Problèmes, Fausses solutions, Théorie, Pratique, Appel à l'action.
- Remplis chaque plan.
- Puis passe au chapitre suivant pour continuer.

CHAPITRE 10

QUELLE LONGUEUR POUR LES PLANS DE TES MODULES ?

A quel point faut-il détailler tes plans de modules ?

C'est une question piège, parce qu'il n'y a pas de réponse universelle :

Si ton plan est trop détaillé, tu vas te retrouver à lire pendant l'enregistrement : tu auras les yeux rivés sur ton plan, à chercher la phrase suivante...

Le résultat : un ton monotone, peu naturel. Tu liras au lieu de parler.

Et surtout, tu deviendras dépendant de ton plan. Sans lui, tu seras perdu. Tu ne pourras plus improviser parce que tu ne sauras pas retomber sur tes pattes après...

Et à l'inverse, un plan trop concis entraîne un autre problème :

Tu auras davantage d'anxiété avant de t'enregistrer, parce que tu devras improviser davantage.

C'est ce qu'on appelle le stress de la performance : tu auras besoin d'être en forme, inspiré, au top de ton énergie créative...

Et si tu n'es pas dans ton meilleur jour, l'enregistrement deviendra laborieux.

Bref, avec un plan trop léger, la qualité de chaque module dépend de ton énergie du moment. Certains jours ça ira, et d'autres jours ce sera la catastrophe.

Le bon équilibre existe

Entre ces deux extrêmes, il y a un équilibre : c'est le niveau de détail idéal pour que tu te sentes guidé sans te sentir enfermé.

Il s'agit d'avoir assez de choses sur ton plan pour savoir où tu vas, mais d'avoir aussi assez de liberté pour pouvoir parler naturellement.

Cet équilibre est différent pour chacun :

Certains ont besoin de phrases complètes pour les transitions, d'autres se contentent de trois mots-clés par bloc...

Tout dépend de ton aisance à l'oral, de ton expérience en enregistrement, de ta capacité à improviser...

Il n'y a donc qu'une seule façon de trouver cet équilibre : tester.

Comment ajuster progressivement

Pour ta première formation, commence avec un plan moyennement détaillé.

Ensuite enregistre, et observe ce qui se passe :

Est-ce que tu regardes trop souvent ton plan ? Est-ce que tu lis au lieu de parler ? Alors tu allègeras le plan de ta formation suivante.

Est-ce que tu bloques souvent ? Est-ce que tu cherches tes mots ? Est-ce que l'anxiété monte avant d'enregistrer ? Alors tu détailleras un peu plus.

Et formation après formation, tu vas affiner ton style de plan :

Au bout de quelques formations, tu sauras exactement quel niveau de détail te convient.

Cet équilibre pourra même évoluer, d'ailleurs : au fur et à mesure que tu gagneras en aisance, tu auras peut-être besoin de moins de détails.

Actions à faire maintenant :

- Pour cette première formation, détaille ton plan à un niveau que tu juges moyen : pas le minimum de détails, pas le maximum non plus.

- Finalise maintenant tout le plan de cette première formation, module par module.

CHAPITRE 11

LA TECHNIQUE ET LES OUTILS

Tu as ton plan. Maintenant, il faut enregistrer.

Et pour ça, tu as besoin d'outils techniques.

Pas besoin de matériel ultra professionnel, mais il y a deux éléments sur lesquels tu ne peux pas faire l'impasse :

Le son d'abord

Le son est l'élément le plus crucial d'une formation. Il est bien plus important que l'image :

Les gens peuvent regarder une formation vidéo avec une image moyenne, mais ils ne supporteront pas un son de mauvaise qualité.

Un son qui grésille, qui résonne, qui capte tous les bruits de fond : c'est rédhibitoire.

La solution est simple : rapproche ton micro de ta bouche.

Peu importe le micro que tu utilises : même un micro basique à 20 euros donnera un résultat correct s'il est proche de ta bouche.

Plus le micro est proche, moins il capte les bruits ambiants, et plus ta voix en ressort claire, présente, professionnelle.

Investis dans un micro de qualité si tu le peux (comme le SM58 de Shure, mais il fonctionne en XLR : il te faudra donc une interface audio pour le brancher à ton ordinateur ou tablette en USB-C ou autre).

Par contre, plus ton micro est près de la bouche, plus tu risques les plosives : ce sont ces sons qui “explosent” dans le micro.

Les "p", les "f", les "v".

Quand tu prononces "pain", "faire", ou "vent", l'air sort brutalement de ta bouche, et si le micro est trop proche, ça crée un bruit désagréable, un "pop" qui couvre ta voix pendant une fraction de seconde.

La solution : utilise une mousse anti-vent sur ton micro.

Ça se met sur la tête du micro. Ça ne coûte

quelques euros, et ça filtre l'air qui sort de ta bouche.

Avant d'enregistrer ta première formation, fais donc un test rapide.

Enregistre-toi en prononçant des mots avec des plosives :

"pain", "faire", "vent", "papier", "photo", "voiture".

Réécoute. Si tu entends des "pops", ajoute une mousse ou éloigne légèrement le micro. Et refais le test jusqu'à ce que les bruits désagréables disparaissent.

Pour l'image : trois options

Tu as trois façons de créer le support visuel de ta formation.

- La première : face caméra. Tu te filmes en train de parler.

Avantage : c'est simple et direct.

Inconvénient : tes formations vieilliront avec toi.

Dans 10 ans, les gens verront ta tête d'il y a 10 ans. Tes vêtements, ta coupe de cheveux, ton décor...

Et ça donnera un côté daté à tes formations.

- La deuxième option : le screencast. Tu enregistres ton écran pendant que tu montres des choses.

C'est parfait pour les formations techniques sur des logiciels, applications, ou pour des démonstrations en ligne...

Mais c'est limité pour les formations où tu expliques des concepts sans avoir besoin de montrer un écran.

- La troisième option : le tableau blanc virtuel.

Tu écris et tu dessines en temps réel pendant que tu parles. Les gens voient ce que tu écris et tes schémas qui se construisent à l'écran.

C'est dynamique, ça maintient l'attention, et surtout, ça ne vieillit pas comme dans le cas des formations face caméra.

Le tableau blanc virtuel en détail

Pour faire ça, tu as besoin d'une tablette et d'une application.

Par exemple, Explain Everything sur iPad. C'est l'application que j'ai utilisée pour créer plusieurs centaines de formations.

Le principe :

Tu branches ton micro sur ta tablette, tu ouvres l'application, tu lances l'enregistrement, et tu commences à parler en écrivant ou en dessinant.

Pas besoin de savoir dessiner : des schémas

basiques suffisent. Des flèches, des cases, des mots-clés...

L'intérêt n'est pas dans la beauté du dessin, il est dans le mouvement, dans la construction en direct :

Les gens voient ta pensée se déployer et c'est bien plus captivant qu'un PowerPoint statique.

Pourquoi éviter les formations face caméra

Si tu hésites entre face caméra et tableau blanc, choisis le tableau blanc.

La raison : la durabilité de tes formations.

Une formation sans ton visage pourra se vendre pendant 10 ans, et même peut-être plus :

Si les concepts que tu enseignes restent valables, rien dans la vidéo ne trahira l'époque à laquelle elle a été créée.

Mais si tu te filmes face caméra, ta formation aura une date de péremption, même si le contenu sera toujours d'actualité à l'avenir.

Le setup complet

Voici donc le setup minimal pour démarrer :

- Un micro proche de ta bouche. N'importe quel micro correct fera l'affaire.

- Une tablette avec une application de tableau blanc virtuel. Ou un ordi pour filmer des screen-casts si ton sujet s'y prête.

Et c'est tout : tu n'as besoin de rien d'autre pour créer une formation de qualité.

Pas besoin de caméra professionnelle ni de lumières sophistiquées :

Juste un bon son et un support visuel fonctionnel !

Actions à faire maintenant :

- Vérifie ton micro. Fais un test rapide : enregistre 30 secondes de voix avec le micro près de ta bouche. Réécoute. Le son doit être clair, sans écho. Fais aussi le test des plosives.

- Choisis ton format visuel : face caméra, screen-cast, ou tableau blanc virtuel selon ton sujet et tes objectifs de durabilité.

- Si tu choisis le tableau blanc, installe Explain Everything ou une application équivalente sur ta tablette. Lance-la, fais un test de 2 minutes pour comprendre les bases.

- Une fois ton setup testé, passe au chapitre suivant pour commencer l'enregistrement de ton premier module.

CHAPITRE 12

COMMENT S'ENREGISTRER D'UNE TRAITE, SANS AUCUNE COUPURE

On passe donc maintenant à l'enregistrement.

Et il y a une règle qui change tout :

Enregistrer d'une traite, sans aucune coupure.

C'est le levier le plus puissant pour réduire ton temps de création !

Pourquoi s'interdire les coupures

Quand tu enregistres en te disant dès le départ "je coupe si je me trompe", tu tombes dans un piège...

Parce que je suis sûr que tu serais parfaitement capable d'expliquer le sujet de chacun de tes modules à un ami pendant 20 minutes sans t'arrêter.

Tu l'as peut-être d'ailleurs déjà fait : autour d'un café, au téléphone, lors d'un repas...

Quand tu parles à un ami, tu expliques ton sujet, tu te trompes parfois, tu reformules, tu corriges en cours de route... Mais tu ne t'arrêtes pas toutes les 30 secondes pour recommencer.

Bref, la conversation coule naturellement...

Alors pourquoi ce serait différent face à une caméra ou un micro ?

Ça ne l'est pas : tu as déjà cette compétence. Tu sais expliquer quelque chose d'une traite. Tu le fais tout le temps dans la vie réelle.

Et tu serais tout à fait capable de le faire si tu devais expliquer la chose pendant un live, ou au téléphone à un client coaching.

La seule chose qui change ici, c'est que tu t'enregistres. Et cette simple différence te fait peut-être croire que ton discours doit être parfait...

Mais ce n'est pas le cas !

Les conditions du live

Enregistre comme si tu étais en direct. Comme si couper était impossible.

Bref, adopte l'état d'esprit d'un live Twitch, d'une vidéo YouTube en direct, ou d'une conférence devant un public :

Tu parles, et ce qui est dit est dit. Pas de retour en arrière possible.

Cette contrainte est libératrice : tu n'essaies plus d'être parfait, tu essaies juste d'être clair.

Et paradoxalement, tu deviens meilleur : plus fluide, plus authentique, plus humain.

Les gens n'achètent pas des formations pour leur perfection technique ni pour entendre un orateur professionnel. Ils les achètent pour la transformation qu'elles apportent.

Quand tu fais une erreur : assume et commente

Tu vas faire des erreurs et c'est normal. Tu vas peut-être tousser, bafouiller, chercher tes mots parfois.

Et quand ça arrive, la clé est d'ASSUMER et de COMMENTER ces problèmes.

Par exemple :

Tu tousses ?

Commente :

"Oulah, je crois que j'ai chopé la crève, il fait froid en ce moment."

Tu cherches un mot ?

Dis-le :

"Attends, comment on appelle ça déjà... Je perds mes mots aujourd'hui [rires]... Ah oui, voilà."

Tu te trompes dans un chiffre ?

Corrige en direct :

"Non attends, je viens de dire 30% mais c'est 40%. Bref, donc..."

Ces moments d'imperfection assumées ajoutent de l'authenticité à ta formation : ils donnent un rendu plus humain.

Les gens se sentent plus proches de toi, ils voient que tu n'es pas un robot, que tu es comme eux...

Et ça renforce la connexion. Ça rend ta formation plus mémorable.

Utilise ton plan comme aide-mémoire, pas comme un script

Ton plan est fait pour être sûr de ne rien oublier, pas pour être suivi à la lettre :

Autorise-toi à en sortir complètement pendant l'enregistrement !

Une idée te vient ? Développe-la, même si elle n'est pas dans le plan.

Un exemple supplémentaire te passe à travers l'esprit ? Raconte-le.

Une digression s'impose ? Fais-la.

Le plan est juste ton filet de sécurité : il te sert à ne pas oublier de parler des choses essentielles.

Mais tu n'es pas obligé de marcher uniquement sur le fil !

Parfois, les meilleurs moments d'une formation sont ceux qui n'étaient pas prévus. Les improvisations. Les apartés.

Ce sont d'ailleurs ces moments-là qui donneront du relief au contenu de ta formation.

L'état d'esprit d'une discussion

Tu l'as compris : l'objectif est de t'enregistrer comme si tu parlais à un ami autour d'un café, pas comme si tu donnais une conférence académique ni comme si tu lisais un texte.

Parle donc comme si tu expliquais quelque chose à quelqu'un que tu aimes bien. Tu veux qu'il comprenne, tu veux l'aider...

Et c'est tout ! Pas besoin d'en faire plus.

Si tu adoptes cet état d'esprit, les mots vont te venir beaucoup plus naturellement. Tu n'auras rien besoin de forcer : tu raconteras juste ce que tu sais.

Et c'est exactement ce que les gens veulent entendre !

S'entraîner à la non-coupure

Si c'est ta première formation, tu vas peut-être galérer au début. C'est normal.

Tu vas avoir envie de couper. De reprendre. De faire "mieux".

Mais résiste à cette envie :

Lance l'enregistrement et quoi qu'il arrive, et ne coupe jamais avant la fin d'un module.

Tes premiers enregistrements seront peut-être moins fluides, mais module après module, tu vas t'améliorer.

Et petit à petit, tu vas apprendre à rattraper tes erreurs en direct. À improviser. À parler sans filet.

Au bout de quelques formations, enregistrer d'une traite deviendra quelque chose de complètement naturel pour toi :

C'est une compétence qui se développe par la pratique, comme toutes les compétences.

Si vraiment tu penses que c'est impossible

Si malgré tout tu es convaincu que tu ne peux pas t'enregistrer d'une traite, il existe une solution :

Fais d'abord tout ton module à voix haute, mais sans t'enregistrer.

Assieds-toi, lance un chrono, et déroule ton

module à voix haute devant ton écran ou ton tableau blanc, comme si tu enregistrerais.

Tu vas bafouiller, te tromper, hésiter : c'est normal.

Continue quand même, jusqu'au bout du module.

Une fois terminé, tu auras fait le tour du sujet : tu sauras ce que tu veux dire et comment le dire.

Maintenant, enregistre-toi pour de vrai :

Lance l'enregistrement et refais exactement la même chose.

Sauf que cette fois, ce sera la deuxième fois que tu le feras. Alors ça coulera mieux. Ce sera plus fluide.

Et tu réaliseras que c'était possible : tu es capable de t'enregistrer d'une traite.

Mais attention : n'utilise cette technique que si tu es vraiment bloqué, parce qu'elle double ton temps de création.

Actions à faire maintenant :

- Ouvre ton application d'enregistrement. Prépare ton plan à côté.
- Lance l'enregistrement de ton premier module. Adopte l'état d'esprit d'une discussion décontractée avec un ami.

- Si tu fais une erreur, assume-la et commente-la. Ne coupe surtout pas. Continue jusqu'à la fin du module.
- Une fois le module terminé, ne te réécoute pas. Passe directement au module suivant.
- Répète ce processus pour chaque module de ta formation. Un enregistrement d'une traite par module, avec une pause entre chaque.

CHAPITRE 13

POURQUOI NE JAMAIS REGARDER EN ARRIÈRE

Tu viens de terminer l'enregistrement de ta formation.

La tentation est énorme : réécouter pour vérifier que c'est bien. Pour repérer les erreurs. Pour savoir si tu aurais pu faire mieux...

Ne le fais pas !

Pourquoi la réécoute est un piège

Quand tu te réécoutes, tu deviens ton pire critique :

Tu remarques chaque hésitation, chaque formulation maladroite, chaque moment où tu aurais pu être plus clair...

Et l'envie te prend de tout refaire. De recommencer. De "faire mieux".

Résultat : tu perds des heures.

Tu ré-enregistres des passages. Tu édites. Tu peaufines.

Et au final, la différence de qualité est minime, mais le temps perdu, lui, est énorme :

La réécoute peut parfois transformer une formation de 120 minutes en un énorme chantier de 2 mois...

Tu n'es pas ton client

Il y a autre chose : tu n'es pas la bonne personne pour juger de ton contenu.

Toi, tu connais ton sujet par cœur : tu sais ce que tu voulais dire. Tu vois des nuances que tu n'as pas exprimées.

Mais ton client, lui, découvre le sujet. Il entend ce que tu dis, pas ce que tu aurais voulu dire.

Et souvent, ce qui te semble imparfait à toi est parfaitement clair pour lui.

Les petites imperfections que tu remarques ? Il ne les voit même pas. Ou pire, il les trouve sympathiques parce qu'elles rendent le contenu plus humain...

Il faut comprendre que quand tu te réécoutes, tu juges avec tes standards d'expert, pas avec ceux de tes clients !

Personnellement, je ne me réécoute jamais

Je ne réécoute jamais mes formations.

J'enregistre et je passe directement à la suite.

Module suivant, ou mise en ligne si c'est terminé.

J'ai créé des centaines de formations comme ça.

Parce que le contenu est là, et les petites imperfections... personne n'y fait attention. Sauf toi, si tu te réécoutes.

Fais confiance à ton premier jet

Ton premier jet est certainement bien meilleur que tu ne le penses :

Tu as suivi ton plan, tu as expliqué ce que les gens doivent savoir, tu as donné les étapes concrètes...

C'est suffisant !

Le perfectionnisme ne rendra pas ta formation meilleure : il te ralentira juste.

Et pendant que tu passeras des heures à peaufiner ton produit, tu aurais peut-être pu en créer deux autres. Deux autres produits à vendre. Deux autres sources de revenus...

L'état d'esprit à adopter

Pense à ça comme ça : tu poses ta crotte et tu t'en vas.

C'est cru, mais c'est exactement ça :

Tu crées. Tu uploades. Et tu passes à autre chose.

Pas de retour en arrière, pas de rumination, pas de perfectionnisme.

Tu as fait le job : maintenant, tu passes à l'étape suivante.

C'est l'état d'esprit du live et du présentiel et ça libère d'une charge mentale énorme.

Si tu l'adoptes et que tu en fais ton standard, tu n'auras plus cette voix dans ta tête qui te dit "tu devrais vérifier", "tu devrais améliorer", "tu devrais refaire"...

Tu crées, tu uploades, puis tu passes au suivant. Point.

La seule exception

Il y a une seule situation où tu peux te réécouter : si il y a eu un problème technique :

Un gros blanc dans l'enregistrement, un crash de l'application, un micro qui s'est coupé...

Dans ce cas, oui, vérifie rapidement que tout est bien enregistré.

Mais ne réécoute pas tout le contenu : vérifie juste ce que tu dois vérifier.

Par exemple, je vérifie systématiquement les “ondes audio” (de façon visuelle, sans réécouter) pour être sûr que le son a bien été enregistré.

Et il m'est parfois arrivé d'avoir un souci technique, ou d'avoir un livreur qui sonne en plein milieu d'un module...

Dans ce genre de cas, bien sûr, je réécoute la partie problématique et je fais les modifications qui s'imposent.

Mais sinon, je passe à la suite.

Actions à faire :

- Quand tu termines l'enregistrement d'un module, ne le réécoute pas. Vérifie juste que le son est là.
- Adopte l'état d'esprit du live, et fais-en ton standard : "J'enregistre comme si c'était un live, j'uploade, puis je passe à autre chose."

CHAPITRE 14

CRÉER TON CATALOGUE DE FORMATIONS

Tu viens de créer ta première formation en une matinée. Bravo !

Mais ne t'arrête pas là : la vraie magie commence quand tu en as plusieurs.

Creuse autour des sujets qui marchent

Après quelques lancements, tu verras quelles formations se vendent le mieux.

Concentre-toi sur celles qui marchent :

Par exemple, si tu es dans le domaine du business en ligne et que tu as créé une formation sur "Écrire des accroches" qui s'est bien vendue, crée d'autres formations autour du même sujet.

"Écrire des accroches pour YouTube."

"Écrire des accroches pour tel réseau social."

"100 formules d'accroches à recopier."

Bref, tu explores le même territoire sous différents angles : tu approfondis ce qui intéresse déjà tes clients.

Et c'est beaucoup plus rentable que de partir dans tous les sens !

Un sujet qui marche te donne au moins 5 à 10 formations dérivées potentielles. Exploite-ça à fond !

Les formations peuvent s'assembler comme des Legos

Chaque formation que tu crées peut devenir un module...

Et plusieurs modules peuvent s'assembler pour former une formation plus grosse :

C'est de la construction modulaire, comme avec des Legos.

Bref, tu n'as pas besoin de créer plus de contenu pour avoir un gros produit : tu prends juste ce qui existe déjà et tu l'organises différemment.

Une petite formation peut ainsi devenir un module d'une formation plus grosse, ou bien plusieurs petites formations peuvent se regrouper en pack...

Et cette grosse formation ou ce pack, tu peux le vendre plus cher. Mais tu n'auras rien créé de nouveau : tu auras juste fait de l'assemblage.

Actions à faire maintenant :

- Après avoir créé ta première formation, note 3 à 5 sujets connexes que tu pourrais explorer autour du même thème.
- Ne crée pas tout de suite ces formations additionnelles. Attends de voir si ta première formation se vend.
- Si elle se vend bien, lance-toi dans la création des formations connexes. Mais varie quand même les sujets : intercale d'autres formations sur des thèmes très différents pour ne pas lancer à la suite trop de produits similaires.
- Pense déjà à comment tu pourras assembler tes formations en un pack ou une formation plus large à l'avenir.

CHAPITRE 15

COMMENT RENDRE TES FORMATIONS INTEMPORELLES (ET CONTINUER À LES VENDRE À L'INFINI)

Tu viens de créer ta formation.

Mais dans 6 mois, dans 1 an, dans 5 ans :
est-ce qu'elle sera toujours vendable ?

C'est une question cruciale, parce que chaque
formation obsolète représente du temps perdu.

Tu l'as créée une fois, mais si elle ne se vend que
pendant 6 mois, le retour sur investissement de
ton travail est faible...

L'objectif que je te propose, c'est donc que 70% de
ton catalogue ne devienne jamais obsolète.

Pourquoi 70% et pas 100% ?

Parce que selon ta thématique, c'est souvent
impossible.

Si tu parles de logiciels, de plateformes, d'outils techniques... l'obsolescence est inévitable.

Tel réseau social change son interface. Tel logiciel sort une nouvelle version. Les règles fiscales évoluent...

Tu ne peux pas y échapper complètement.

Mais tu peux minimiser les dégâts, et surtout, tu peux choisir consciemment quelles formations seront durables et quelles formations ne le seront pas.

Principes, stratégies, techniques : trois niveaux d'obsolescence

Tout contenu se classe dans l'une de ces trois catégories.

Et chacune correspond à une durée de vie différente :

1- Les principes

2- Les stratégies

3- Les techniques.

Les principes sont intemporels. Ce sont des lois fondamentales, des vérités universelles.

En marketing : "Les gens sont prêts à payer plus cher pour résoudre un problème pénible et urgent."

En copywriting : "La rareté augmente la valeur perçue."

En efficacité : "Tout que l'on mesure est améliorable."

Ces principes étaient vrais il y a 50 ans, et ils le seront encore dans 50 ans.

Une formation qui enseigne ce genre de principes ne deviendra donc jamais obsolète, à condition que son format soit durable.

Les stratégies, elles sont moins durables :

Elles fonctionnent dans un contexte donné, mais ce contexte peut évoluer.

Par exemple, voici des stratégies :

"Utiliser la vidéo pour vendre."

"Créer une séquence d'emails."

"Proposer un essai gratuit."

Ces stratégies resteront valables pendant des années, mais elles peuvent perdre en efficacité si le marché change.

Et les techniques, elles, sont les plus fragiles :

Ce sont les étapes précises, les manipulations concrètes...

"Comment créer une campagne de pub avec Google Ads."

"Les 7 étapes pour paramétrer son compte Stripe."

"Utiliser tel raccourci clavier dans tel logiciel."

Elles deviennent obsolètes dès que l'outil change, parfois en quelques mois à peine.

Construire sur les principes

Si tu veux qu'une formation dure, construis-la sur des principes.

Même si tu enseignes une technique, encadre-la dans un principe.

Par exemple, au lieu de faire une formation sur "Comment utiliser ChatGPT", fais une formation sur "Les principes du prompting efficace".

Le principe reste :

Même si ChatGPT disparaît demain ou change de nom, le principe s'appliquera au prochain outil.

En ancrant ton contenu dans les principes, tu le rends moins sujet à l'obsolescence.

Isoler les parties obsolètes

Parfois, tu ne peux pas éviter de parler de techniques spécifiques :

Tu dois montrer comment faire quelque chose concrètement, avec un outil précis.

Dans ce cas, isole ces parties :

Crée un module séparé, ou un document annexe, comme un PDF téléchargeable.

Le cœur de ta formation restera sur les principes et les stratégies, et la partie technique sera un complément facilement remplaçable.

Quand l'outil changera, tu mets à jour juste ce module, ou tu modifieras le PDF. Mais le reste de la formation restera identique.

Cette approche permet de gagner un temps fou : tu n'as pas à refaire toute la formation, juste la petite partie obsolète.

J'ai souvent utilisé cette astuce lorsque je conseillais des outils dans une formation sur des principes ou des stratégies : les outils changent vite, mais les principes et les stratégies durent.

Adapte selon ta thématique

Certaines thématiques sont naturellement plus durables que d'autres :

Si tu enseignes la psychologie, la créativité, la méditation ou le stoïcisme... 95% à 100% de ton contenu peut être intemporel.

Mais si tu enseignes le SEO, la publicité en ligne, les outils no-code... c'est autre chose.

Accepte cette réalité : ne te bats pas contre ta thématique.

Mais dans tous les cas, essaye de maximiser la partie durable. Ancre chaque technique dans un principe plus large dès que tu le peux, et isole les parties qui vieilliront vite.

Actions à faire maintenant :

- Reprends le plan de ta première formation, celle que tu viens d'enregistrer.
- Pour chaque module, identifie s'il est basé sur un principe, une stratégie, ou une technique.
- Si un module est trop technique, demande-toi : quel principe se cache derrière cette technique ? Est-ce que tu aurais pu reformuler le module pour mettre le principe en avant ? Et est-ce que la partie technique aurait pu être mise dans un document ou module séparé, facilement remplaçable ?
- Pour tes prochaines formations, pense y dès le départ : comment construire sur des principes ? Comment rendre ça durable ?
- Vise 70% de contenu intemporel dans ton catalogue global si ta thématique le permet.

CHAPITRE 16

FINIR TA PAGE DE VENTE ET METTRE TA FORMATION EN LIGNE

Il te reste trois choses à faire :
Choisir ta plateforme, finir ta page de vente et tout mettre en ligne.

La plateforme d'hébergement

Tu as besoin d'un endroit où héberger ta formation et gérer les paiements.

Il existe des dizaines de plateformes. Mais une seule te suffit : Podia.

Podia te permet d'uploader tes vidéos, de créer des pages de vente, et d'encaisser les paiements. Tout au même endroit.

L'interface est simple : pas de complications techniques.

Tu crées un compte, tu connectes ton compte Stripe, tu cliques pour créer un nouveau produit, tu uploades tes fichiers, et c'est prêt.

D'autres plateformes existent : Teachable, Kajabi, Systeme.io... Et chacune a ses avantages.

Mais pour démarrer rapidement, Podia est idéal. J'ai utilisé cette plateforme pendant des années, et mon avis, c'est qu'il n'y a pas mieux.

L'un des avantages majeurs de Podia, c'est son éditeur de pages : il est quasiment impossible d'avoir une page moche avec Podia, même en étant nul en design.

Finis ta page de vente

Tu as le plan de ta page de vente depuis le chapitre 8 : les blocs sont déjà structurés.

Maintenant, tu vas rédiger toute la page avec des vraies phrases.

Pas besoin d'en faire un roman : explique juste ce que tu as noté dans ton plan.

Pour la plupart des blocs, c'est rapide : tu sais déjà ce que tu veux dire.

Le seul bloc qui demandera plus de travail, c'est la liste des bénéfices détaillés par module.

Lister les bénéfices de chaque module

Pour ce bloc, tu as besoin de savoir précisément ce qu'il y a dans chaque module.

Et maintenant, tu le sais : tu viens de les enregistrer.

Tu peux donc lister quelques bénéfices par modules, avec des phrases qui suscitent le désir sans révéler la “viande”, c’est à dire sans “spoilers”.

Par exemple :

“La technique en 2 étapes pour structurer ton module en moins de 5 minutes”

ou :

“Les 3 méthodes pour éviter que tes formations deviennent obsolètes”.

Chaque bénéfice doit être spécifique et concret.

Et c'est là que l'IA peut t'aider énormément :

Utiliser l'IA pour générer les bénéfices

Si tu as du mal à formuler les bénéfices, donne simplement le transcript de ton module à une IA.

Tu copies ce transcript, tu le colles dans ChatGPT ou Claude.

Tu lui donnes aussi un exemple d'une liste de bénéfices, et tu utilises ce prompt :

“Voici un exemple de sommaire sur une page de vente.

Cree un sommaire dans le même style, avec le même formatage, pour le module de formation dont je te donne le transcript.

Attention : ne donne pas de spoilers. Tu dois créer de la curiosité plutôt que de tout donner.

Sois très concret (focus sur hacks/stratégies/méthodes concrètes + résultats qu'elles permettent) mais sans spoilers.”

C'est beaucoup plus rapide que de les écrire toi-même. Et souvent, l'IA trouvera des façons de les présenter auxquelles tu n'aurais pas pensé.

Assembler la page complète

Une fois tous les blocs rédigés, assemble-les dans l'ordre.

Relis l'ensemble. Corrige les fautes. Ajuste ce qui sonne bizarre.

Mais ne passe pas des heures dessus :

Ta page de vente n'a pas besoin d'être parfaite, elle a juste besoin d'être claire et convaincante.

Si les arguments sont bons, si les bénéfices donnent envie, elle vendra. Même avec quelques imperfections.

Mettre en ligne

Connecte-toi à Podia. Crée un nouveau produit.
Fixe ton prix.

Uploade tes modules un par un. Change leur titre.
Copie ta page de vente dans l'éditeur, bloc par bloc. Mets en gras ce qui doit l'être.

Et publie.

C'est fait : ta formation est en ligne !

Tu viens de créer une formation en une matinée

Ce matin, tu n'avais rien. Maintenant, tu as un produit complet en ligne, prêt à accueillir les premiers clients.

La plupart des gens passent des mois sur ce genre de projet. Toi, tu l'as fait en quelques heures.

Pas parce que tu as bâclé, mais parce que tu avais un système :

Un process clair, des étapes précises, et surtout, l'interdiction de te perdre dans le perfectionnisme.

Ce n'est que le début

Cette première formation, c'est ton tremplin.

Elle ne sera peut-être pas ta meilleure, elle ne te rendra certainement pas riche du jour au lendemain...

Mais elle prouve quelque chose d'essentiel : tu peux créer des produits rapidement.

Et maintenant que tu l'as fait une fois, tu peux le refaire encore et encore.

La semaine prochaine, tu en créeras peut-être un autre. Puis un autre.

Certaines vendront beaucoup mieux que d'autres : tu creuseras autour des sujets qui fonctionnent.

Tu assembleras aussi tes formations en packs plus gros si tu le souhaites.

Tu proposeras régulièrement des “vide grenier” avec des coupons -50% sur tout ton catalogue, par exemple pour le Black Friday, ou pour ton anniversaire (et ça te rapportera de plus en plus, à mesure que ton catalogue grandira).

Et tu as maintenant une machine : un système qui transforme tes idées en produits vendables en quelques heures.

Ne t'arrête pas !

Ne laisse pas ta première formation être la seule :

Tu as franchi la barrière psychologique la plus dure : tu as terminé un premier produit.

Maintenant, continue. Encore et encore.

Si tu veux générer de hauts revenus avec une petite audience, il n'y a pas de secret :

Il faut proposer PLUS d'offres, PLUS souvent, aux mêmes personnes !

C'est la façon la plus mécanique et la plus prévisible d'augmenter tes revenus, parce qu'elle ne dépend de rien ni de personne (et surtout pas d'un algorithme).

Actions à faire maintenant :

- Crée ton compte sur Podia ou sur la plateforme de ton choix.
- Rédige ta page de vente complète en suivant ton plan du chapitre 8. Utilise l'IA pour générer les listes de bénéfices (et/ou le reste) si besoin.
- Uploade tes modules. Configure ton prix. Publie.
- Prends un moment pour célébrer : tu viens de créer quelque chose que des gens vont pouvoir acheter...
- Puis note dans ton calendrier ou dans ta routine la date de création de ta prochaine formation.

Et recommence le process !

CHAPITRE 17

INSTALLER UNE PRATIQUE RÉGULIÈRE DE CRÉATION DE PRODUITS

L'objectif est de faire en sorte que tout ça devienne une PRATIQUE au long cours, plutôt qu'un projet isolé :

Un projet isolé, c'est quelque chose que tu fais une fois avec beaucoup d'énergie... puis tu passes à autre chose.

Une pratique, c'est différent : c'est quelque chose que tu fais de manière habituelle, sans trop y penser et sans trop te poser de questions.

C'est comme faire du sport, comme écrire, comme cuisiner...

Tu ne te demandes pas si tu vas le faire : c'est quelque chose qui fait partie de ton quotidien et de ta routine de vie normale.

Quand la création de produits devient une pratique, plusieurs choses se passent :

D'abord, tu t'améliores rapidement, parce que tu répètes le geste encore et encore.

Ta dixième formation sera bien meilleure que ta première. Plus fluide. Plus claire. Plus rapide à créer.

Ensuite, l'anxiété se dissout peu à peu : la peur de démarrer, la peur de l'imperfection, la peur du jugement....

Quand tu crées des formations régulièrement, tout ça disparaît.

Et surtout, ton catalogue va grandir à vitesse rapide :

Une formation par semaine, c'est 52 formations par an !

Installe ta pratique dans ton emploi du temps

Pour que ça devienne une pratique, il te faut un rituel :

Bloque donc les créneaux nécessaires dans ton agenda, comme s'il s'agissait de rendez-vous non négociables.

Bien sûr, il y aura des semaines difficiles, des imprévus, des moments où tu n'auras pas envie de t'y mettre...

Et si tu sautes une semaine, ce n'est pas grave : ça arrive !

Mais ne saute jamais deux semaines de suite :

Parce que deux semaines, c'est le début d'un arrêt. C'est là que tu as le plus de risques de décrocher.

Donc si tu sautes une semaine, la suivante est non négociable, quoi qu'il arrive (hors maladie ou événements de force majeure).

Recommence dès la semaine prochaine

Ne traîne pas ! Ne prends pas un mois de pause pour "voir comment cette formation se vend".

Recommence le processus dès la semaine prochaine :

Retourne au début de ce livre. Génère de nouveaux sujets. Valide-les. Crée un plan, puis enregistre.

Plus tu attends, plus c'est dur de recommencer. Et plus tu crées rapidement, plus c'est facile de continuer.

Parce que la création est comme un muscle : plus tu l'utilises, plus il devient fort !

Au début, c'est dur. Ça demande de l'énergie. Mais après quelques semaines, tout deviendra plus facile...

Et au bout de quelques mois, ce sera devenu naturel !

Actions à faire :

- Fixe-toi un objectif chiffré sur un an : 20 formations ? 50 ? Écris ce chiffre quelque part.

- La semaine prochaine, recommence au chapitre 1.

- Ne t'arrête pas. Transforme la création en pratique hebdomadaire. Sors de la mentalité du "projet isolé".

Tu as maintenant un système : tu as prouvé que tu pouvais le faire.

Mais c'est la répétition qui construira ton catalogue et ton aisance pour créer.

La balle est dans ton camp !

UNE DERNIÈRE CHOSE

Si tu veux continuer la lecture :

J'envoie un e-mail presque chaque matin aux personnes inscrites à ma newsletter.

Tu peux t'inscrire gratuitement ici et recevoir mes astuces, méthodes et stratégies à partir de demain :

<https://JeanRiviere.com>

Et tous mes autres livres sont disponibles ici :

<https://jeanriviere.com/livres>