

Formation Impulsion: De l'Idée à la Vente, Lancez Votre Premier Cours en Ligne

Le guide actionnable pour transformer votre savoir en une source de revenus et d'impact, même en partant de zéro.

Introduction

Vous avez ce rêve en tête. Celui de partager une passion, une compétence, une expérience qui vous est propre. Vous imaginez l'impact que vous pourriez avoir, la liberté que vous pourriez créer. Et puis, la réalité frappe. Une petite voix vous murmure : "Qui suis-je pour enseigner ça ?", "La technique est trop compliquée...", "Et si personne n'achète ?".

Stop. Respirez. Ces doutes sont le prix d'entrée de l'ambition. Chaque créateur à succès que vous admirez est passé par là. La différence ? Ils ont eu un plan. Ils ont fait le premier pas, puis le suivant, sans chercher la perfection, mais en visant le progrès.

Cet ebook n'est pas une encyclopédie théorique. C'est votre plan d'action. Votre GPS. Il est conçu pour vous prendre par la main et vous guider, étape par étape, de l'étincelle d'une idée à l'euphorie de votre première vente. Nous allons démolir les barrières mentales, simplifier la technique et nous concentrer sur une seule chose : l'action.

Vous possédez déjà une valeur inestimable : votre savoir unique. Il est temps de le libérer, de le structurer et de le proposer au monde. Préparez-vous, car l'aventure de votre vie d'entrepreneur ne fait que commencer. Vous êtes capable, vous êtes légitime, et vous êtes sur le point de le prouver.

Chapitre 1

Trouver l'Idée en Or et Briser le Syndrome de l'Imposteur

Tout commence par l'idée. Mais pas n'importe laquelle. Nous cherchons l'idée en or, celle qui se situe au carrefour de trois éléments essentiels : ce que vous aimez, ce que vous maîtrisez, et ce que le marché désire ardemment.

L'Intersection Sacrée : Passion, Compétence, Demande

Imaginez trois cercles qui se croisent :

- **Votre Passion** : De quoi pourriez-vous parler pendant des heures sans vous lasser ? C'est votre carburant. Sans lui, vous abandonnez au premier obstacle.
- **Votre Compétence** : Qu'avez-vous appris ? Quel problème avez-vous résolu pour vous-même ou pour d'autres ? Attention, il ne s'agit pas d'être l'expert mondial n°1. Il suffit d'avoir quelques chapitres d'avance sur ceux que vous voulez aider.
- **La Demande du Marché** : Les gens cherchent-ils activement des solutions au problème que vous pouvez résoudre ? Sont-ils prêts à payer pour cela ?

L'idée parfaite se trouve là où ces trois cercles se superposent. Un cours sur un sujet qui vous passionne, que vous maîtrisez suffisamment et pour lequel il existe une audience affamée de solutions.

Action : Votre Brainstorming d'Idées Prenez une feuille et créez trois colonnes :

- **1. MES PASSIONS** : Listez tout, même ce qui vous semble futile (calligraphie, organisation de voyages, éducation canine, jeux vidéo...).
- **2. MES COMPÉTENCES / RÉSULTATS** : Listez les problèmes que vous avez surmontés. (Ex : "J'ai perdu 10kg", "J'ai appris à coder en 6 mois", "J'ai réussi à faire pousser des tomates sur mon balcon").
- **3. LES PROBLÈMES AUTOUR DE MOI** : Écoutez les conversations. Que demandent vos amis ? De quoi se plaignent les gens dans les groupes Facebook de votre thématique ? Utilisez des outils comme AnswerThePublic ou les suggestions de recherche Google pour voir ce que les gens tapent.

Briser le Syndrome de l'Imposteur, une Bonne Fois pour Toutes

La petite voix est de retour : "Je ne suis pas assez expert". C'est le syndrome de l'imposteur. Voici comment le faire taire :

- **Redéfinissez l'"Expert"** : Un expert n'est pas celui qui sait tout, mais celui qui peut guider quelqu'un du point A au point B de manière fiable. Si vous avez déjà atteint le point B, vous êtes qualifié pour enseigner le chemin.
- **L'Effet Relais** : Pensez à votre parcours comme une course de relais. Vous avez franchi une étape. Votre rôle est de passer le témoin à la personne qui est juste derrière vous, pas à celle qui est au bout du monde.
- **L'Authenticité Bat la Perfection** : Les gens n'achètent pas un professeur inaccessible. Ils achètent un guide qui les comprend, qui a connu leurs galères. Vos imperfections et votre parcours sont vos plus grandes forces. Assumez-les !

Exemple concret : Sarah adore le design d'intérieur (passion). Elle a réussi à décorer son petit appartement avec un budget de moins de 1000€ (compétence). Sur des groupes de décoration, elle voit que beaucoup de locataires se sentent frustrés par leur espace et leur budget limité (demande). Son idée en or : un cours en ligne "Décorez votre premier appartement pour moins de 1000€". Elle n'est pas architecte d'intérieur, mais elle a une solution concrète à un problème précis. Elle est légitime.

Chapitre 2

Valider Votre Idée Avant de Créer (La Méthode Anti-Échec)

La pire erreur d'un créateur ? Passer des mois à construire un produit parfait dans son coin pour découvrir au lancement que... personne n'en veut. Nous allons éviter ce piège grâce à une phase cruciale : la validation. L'objectif est simple : obtenir la preuve que des gens sont prêts à s'intéresser (et à payer) pour votre solution AVANT de créer la totalité du contenu.

Sortez de votre tête, entrez dans celle de votre client

Votre idée vous semble géniale. C'est bien. Maintenant, confrontons-la à la réalité. Voici des stratégies simples et puissantes pour tester le marché.

Étape 1 : Le Test de la Conversation (Qualitatif) Identifiez 5 à 10 personnes qui correspondent à votre client idéal. Contactez-les pour "une discussion de 15 minutes afin d'avoir leur avis sur un projet". Ne demandez JAMAIS "Achèterais-tu ce cours ?". La réponse est toujours un "oui" poli et inutile. Posez plutôt des questions sur LEUR passé et LEURS frustrations :

- "Parle-moi de la dernière fois que tu as essayé de [résoudre le problème X]... C'était comment ?"
- "Qu'est-ce qui a été le plus difficile pour toi ?"
- "As-tu déjà cherché des solutions ? Qu'as-tu trouvé ? Qu'est-ce qui te manquait ?"

Écoutez attentivement. S'ils parlent du problème avec énergie et frustration, c'est un excellent signe. Vous tenez un vrai "point de douleur".

Étape 2 : Le Contenu Test (Quantitatif) Créez un petit morceau de contenu gratuit qui est un avant-goût de votre formation. Cela peut être :

- Un article de blog : "5 erreurs à éviter pour [votre sujet]"
- Une vidéo YouTube : "Tutoriel pour débutant sur [un point précis de votre cours]"
- Un checklist PDF : "Les 10 étapes pour commencer à [votre sujet]"

Partagez ce contenu là où se trouve votre audience (groupes Facebook, forums, LinkedIn...). L'objectif n'est pas d'avoir des millions de vues, mais de mesurer l'engagement. Est-ce que les gens commentent ? Posent-ils des questions ? Partagent-ils le contenu ? Un fort engagement sur un contenu gratuit est un indicateur puissant d'un intérêt pour un contenu payant.

Étape 3 : La Création d'une Liste d'Attente C'est la technique de validation la plus efficace. Créez une page de destination ultra-simple (avec des outils comme Mailchimp, Systeme.io ou Podia) qui décrit la transformation promise par votre futur cours. Le titre doit être percutant : "La méthode pas-à-pas pour enfin [Résultat désiré]".

Décrivez en 3 à 5 points ce que la personne pourra accomplir après le cours. N'entrez pas dans le détail des modules, concentrez-vous sur les bénéfices.

L'appel à l'action est clair : "Le cours n'est pas encore disponible. Laissez votre email pour être prévenu(e) en avant-première et bénéficier d'une offre de lancement exclusive."

Votre mission : obtenir vos 20, 50, ou 100 premiers inscrits sur cette liste. Chaque email est un vote de confiance. Si vous peinez à obtenir 20 inscrits, il est peut-être temps de revoir votre idée ou la manière dont vous la présentez, AVANT d'avoir investi des semaines de travail.

Chapitre 3

L'Architecture de Votre Formation : Construire une Expérience Inoubliable

Les gens n'achètent pas de l'information. L'information est partout et gratuite. Ils achètent une transformation. Ils achètent un chemin clair, structuré et balisé qui les mène d'un point A (leur situation actuelle frustrante) à un point Z (leur objectif rêvé). Votre travail est de dessiner cette carte. C'est l'architecture de votre formation.

La Méthode A-Z : De la Frustration au Résultat

Avant d'écrire une seule ligne de script, prenez de la hauteur.

- **1. Définissez le Point A :** Qui est votre étudiant au début ? Quelles sont ses frustrations, ses connaissances, ses fausses croyances ? Soyez précis. *Exemple : "Mon étudiant est un jeune professionnel qui mange mal par manque de temps, se sent fatigué et culpabilise."*
- **2. Définissez le Point Z :** Qui devient votre étudiant à la fin ? Quel résultat concret a-t-il obtenu ? Quelle nouvelle compétence maîtrise-t-il ? *Exemple : "À la fin, il est capable de préparer 5 repas sains et rapides pour sa semaine en moins de 2 heures le dimanche. Il a regagné de l'énergie et se sent fier."*

La promesse de votre formation est simple : "Je vous emmène de A à Z".

Construire les Piliers : Vos Modules

Le chemin de A à Z n'est pas une ligne droite, c'est une succession de grandes étapes. Ces étapes sont vos modules. Pour les définir, demandez-vous : "Quelles sont les 5 à 7 grandes phases ou compétences nécessaires pour passer de A à Z ?"

Reprenons notre exemple de repas :

- Module 1 : Révolutionner son état d'esprit et définir ses objectifs
- Module 2 : Les bases d'une liste de courses intelligente et économique
- Module 3 : Les techniques de préparation (le "batch cooking") pour les nuls
- Module 4 : 10 recettes infallibles prêtes en moins de 20 minutes
- Module 5 : L'art de conserver et d'assembler ses plats la semaine

Chaque module doit résoudre une partie du problème global et préparer l'étudiant pour le suivant. La progression doit être logique et gratifiante.

Bâtir les Étages : Vos Leçons

Maintenant, décomposez chaque module en leçons. Une leçon = une idée, une action. Gardez vos leçons courtes et ultra-focalisées. L'idéal est des vidéos de 5 à 12 minutes. Le cerveau adore les petites victoires rapides.

Exemple de leçons pour le Module 3 :

- Leçon 3.1 : Le matériel indispensable (et ce dont vous n'avez PAS besoin)
- Leçon 3.2 : Technique de découpe rapide des légumes
- Leçon 3.3 : La cuisson simultanée au four : optimiser son temps
- Leçon 3.4 : [ACTION] Votre première session de batch cooking : les céréales et légumineuses

Ajoutez de la Valeur Actionnable

Pour chaque module, pensez à inclure des ressources qui aident à passer à l'action. C'est ce qui transforme l'apprentissage passif en apprentissage actif.

- **Checklists PDF** : "La checklist des courses pour la semaine"
- **Worksheets (feuilles d'exercices)** : "Mon planning de repas à remplir"
- **Templates (modèles)** : "Modèle de menu à imprimer"
- **Résumés** : Un PDF qui synthétise les points clés de chaque module.

Cette structure claire rassure l'acheteur potentiel sur la page de vente et, plus important encore, elle garantit un taux de complétion élevé et des étudiants satisfaits qui obtiendront de vrais résultats. Et des étudiants qui ont des résultats sont vos meilleurs ambassadeurs.

Chapitre 4

Production Express : Créer Votre Contenu Sans Se Ruiner

La phase de création de contenu est celle qui paralyse le plus de débutants. On s'imagine des studios, des caméras à 5000€, des heures de montage complexe... Oubliez tout ça. Votre mantra pour cette étape doit être : **"Fait est mieux que parfait"** . Votre énergie et la clarté de votre message sont 100 fois plus importantes qu'une qualité de production hollywoodienne.

Le Kit du Créateur Malin : Moins de 100€ pour démarrer

Vous avez déjà presque tout ce qu'il vous faut.

- **La Caméra** : Votre smartphone. En mode paysage, stable, il est largement suffisant. La caméra frontale est parfaite pour vous voir et créer du lien.
- **Le Son (L'investissement le plus important)** : Le son est plus important que l'image. Un son grésillant est insupportable. Investissez 20-30€ dans un micro-cravate qui se branche sur votre smartphone. C'est le meilleur investissement que vous ferez.
- **La Lumière** : La lumière naturelle. Placez-vous en face d'une fenêtre. La lumière doit éclairer votre visage. C'est gratuit et ça donne un rendu bien meilleur que n'importe quelle lampe de bureau mal positionnée.
- **La Stabilité** : Une pile de livres, un trépied à 15€... Assurez-vous simplement que votre téléphone ne bouge pas.

Quel format vidéo choisir ?

- **Face-caméra** : Idéal pour les introductions, conclusions, et les leçons conceptuelles. Vous parlez directement à l'étudiant, ce qui crée une connexion forte.
- **Screencast (Partage d'écran)** : Indispensable si vous montrez un logiciel, un site web, ou des diapositives. Il permet de guider l'étudiant visuellement. Votre visage peut apparaître dans une petite bulle pour maintenir le contact.

Les Logiciels Gratuits ou Presque

- **Pour le screencast** : Loom. La version gratuite permet d'enregistrer des vidéos jusqu'à 5 minutes, ce qui est parfait pour garder des leçons concises. Pour plus de longueur, Screencast-O-Matic ou OBS (plus complexe) sont de bonnes alternatives.
- **Pour le montage simple** : CapCut (sur mobile ou ordinateur) est incroyablement puissant et gratuit. Il vous permettra de faire le montage essentiel : couper le début

(quand vous lancez l'enregistrement) et la fin, et enlever les longues pauses ou les grosses erreurs. Ne perdez pas de temps sur des transitions complexes.

- **Pour les PDFs et visuels** : Canva est votre meilleur ami. La version gratuite est amplement suffisante pour créer des workbooks, checklists et visuels de modules professionnels et attrayants.

Le Processus de Création en 3 Étapes pour ne pas s'épuiser

- **1. Structurez, ne scriptez pas mot à mot** : Pour chaque leçon, listez 3 à 5 points clés sur une feuille. Cela vous donne un fil directeur tout en gardant un ton naturel et spontané. Un script complet sonne souvent robotique.
- **2. Enregistrez par lots ("Batching")** : Réservez un après-midi et enregistrez toutes les leçons d'un module, voire de plusieurs. Changez de t-shirt entre deux modules pour donner une impression de diversité. Cette méthode est ultra-efficace et vous met dans une bonne dynamique de création.
- **3. Montez simplement** : Votre mission de montage, c'est de nettoyer, pas d'embellir à l'excès. Coupez ce qui est inutile, ajoutez un titre simple au début. C'est tout. Exportez.

L'authenticité est votre arme secrète. Un petit bafouillement, un rire, une hésitation... cela vous rend humain et accessible. N'essayez pas d'être parfait, essayez d'être vous-même. C'est ce que vos étudiants achèteront.

Chapitre 5

Hébergement et Prix : Choisir Sa Plateforme et Définir Sa Valeur

Votre contenu est prêt ! Maintenant, il faut lui trouver une maison et lui donner un prix. Ce sont deux décisions stratégiques qui peuvent sembler intimidantes, mais nous allons les simplifier au maximum.

Où héberger votre formation ? La bataille des plateformes

Il existe des dizaines d'options, mais pour un débutant, le choix se résume à deux grandes philosophies. Pour votre première formation, l'une d'elles est très clairement supérieure.

Option 1 (Recommandée) : Les Plateformes Tout-en-Un

- **Exemples** : Podia, Teachable, Thinkific, Systeme.io.
- **Le principe** : Ces plateformes gèrent TOUT pour vous contre un abonnement mensuel (allant de 30€ à 100€ environ). Elles s'occupent de l'hébergement des vidéos, du système de paiement sécurisé, de la création de l'espace membre pour vos étudiants, de la facturation... C'est une tranquillité d'esprit absolue.
- **Avantages** : Extrêmement simple à mettre en place. Vous pouvez avoir une formation en ligne et fonctionnelle en une après-midi. Vous vous concentrez sur ce qui compte : votre contenu et votre marketing.
- **Inconvénients** : Moins de personnalisation, et vous êtes dépendant de la plateforme.
- **Verdict** : Pour un premier lancement, C'EST LA VOIE À SUIVRE. Ne vous perdez pas dans la technique. Choisissez l'une de ces plateformes, importez vos vidéos et textes, et passez à la suite.

Option 2 (Pour plus tard) : La Solution Auto-hébergée

- **Le principe** : Vous utilisez votre propre site WordPress et y ajoutez une extension de formation en ligne (un "LMS" comme LearnDash ou LifterLMS).
- **Avantages** : Contrôle total, personnalisation infinie, pas de frais mensuels (hors extensions).
- **Inconvénients** : Beaucoup plus technique à mettre en place et à maintenir. Vous êtes responsable de tout : sécurité, paiements, bugs...

Comment fixer votre prix ? Arrêtez de vous sous-évaluer

Le prix est un message. Un prix trop bas peut crier "manque de confiance" ou "faible qualité". Un prix juste communique la valeur de la transformation que vous offrez.

L'erreur à ne pas commettre : Calculer votre prix en fonction des heures passées. Vos étudiants ne paient pas pour votre temps, ils paient pour leurs résultats.

Stratégies pour définir votre valeur :

- **1. Le Prix basé sur la Valeur :** Quelle est la valeur du résultat pour votre client ?
 - S'il gagne du temps : combien vaut une heure de son temps ? Si votre cours lui fait gagner 20 heures, la valeur est de 20x son taux horaire.
 - S'il gagne de l'argent : Si votre cours lui permet de trouver son premier client à 500€, un prix de 197€ semble très raisonnable.
 - S'il résout un problème douloureux (stress, manque de confiance, mauvaise santé...) : La valeur est immense. Ne bradez pas une solution qui peut changer une vie.
- **2. L'Analyse du Marché :** Regardez ce que font les autres formateurs dans votre niche. Ne copiez pas leurs prix, mais utilisez-les comme une boussole. Où vous situez-vous en termes de contenu, d'accompagnement ? Visez le milieu ou le haut de la fourchette si vous êtes confiant dans la qualité de votre programme.
- **3. Le Prix Psychologique :** Les prix se terminant par 7 sont plus efficaces. 97€ se vend mieux que 100€ ou même 95€. C'est un classique du marketing qui fonctionne.

Pour une première formation complète et de qualité pour débutants, un prix entre **97€ et 297€** est un excellent point de départ. Il est assez élevé pour être crédible et attirer des clients motivés, et assez accessible pour ne pas être un frein majeur. Assumez votre valeur, car la transformation que vous proposez en a.

Chapitre 6

Le Lancement Orchestré : Comment Réaliser Vos 10 Premières Ventes

Bravo, votre produit digital est prêt, hébergé et a un prix. Mais attention : un produit ne se vend jamais tout seul. La phase de lancement est le moment où vous mettez toute votre énergie pour créer de l'élan, de l'envie et déclencher les premières ventes. L'objectif ici n'est pas de faire un lancement à 6 chiffres, mais d'obtenir vos premiers clients, vos premiers témoignages, et la preuve ultime que votre travail a de la valeur.

Le Principe d'un Lancement : Créer un Événement

Un lancement réussi repose sur la montée en puissance et l'urgence. Vous ne dites pas simplement "Mon cours est dispo, achetez-le". Vous créez une courte période (typiquement 3 à 7 jours) où l'achat est plus avantageux que jamais. C'est ce qu'on appelle "l'offre de lancement".

Votre offre de lancement peut inclure :

- Un **prix spécial** (ex: 147€ au lieu de 197€)
- Des **bonus exclusifs** qui disparaissent après le lancement (ex: un coaching de groupe, une séance de questions/réponses en direct, un module supplémentaire...).
- Une **combinaison des deux** (la plus efficace).

Le Scénario de Lancement pour votre (petite) audience

Même si vous n'avez que 50 abonnés sur votre liste email ou 200 followers sur Instagram, ce plan fonctionne. La clé est la communication rythmée.

- **J-7 à J-4 (Phase de Teasing)** : Faites monter la sauce. N'annoncez pas encore le produit. Parlez du problème que vous résolvez. Partagez les coulisses de votre création ("Grosse semaine, je vous prépare quelque chose qui va vous aider à [promesse]"). Posez des questions pour engager votre audience ("Quelle est votre plus grande difficulté avec [sujet] ?").
- **J-3 à J-1 (Phase de Révélation)** : Annoncez officiellement la venue de votre formation ! Révélez son nom, sa grande promesse. L'objectif est de préparer le terrain. Le meilleur moyen de le faire est d'offrir de la valeur : organisez un petit live, un webinaire ou publiez une vidéo très instructive sur le sujet. À la fin, annoncez : "Pour ceux qui veulent aller plus loin, j'ouvre les portes de ma formation complète [Nom] ce

[Jour J]. Et il y aura une offre très spéciale pour les premiers inscrits."

- **Jour J (OUVERTURE)** : L'heure est venue ! Envoyez un email clair et direct à votre liste. Faites une annonce sur tous vos réseaux sociaux. Mettez le paquet ! Votre message doit être axé sur les bénéfices, la transformation et l'offre de lancement (prix + bonus + date de fin).
- **J+1 à J+2 (Phase de Valeur et de Preuve Sociale)** : Ne vous contentez pas de répéter "Achetez !". Continuez à apporter de la valeur. Partagez un témoignage d'une personne qui a testé le cours. Faites une FAQ en vidéo ou en story pour répondre aux objections ("Non, ce n'est pas trop tard pour commencer", "Oui, ça fonctionne même si vous êtes débutant").
- **Dernier Jour (Clôture et URGENCE)** : C'est le jour le plus important. Communiquez clairement que l'offre de lancement se termine ce soir à minuit. Envoyez plusieurs rappels (matin, après-midi, et 1h avant la fin). "Dernière chance de profiter de [bonus/prix]". L'urgence éthique est un puissant moteur de décision.

Et si vous partez de ZÉRO audience ?

Pas de panique. Votre premier lancement sera "artisanal" :

- **1. Le cercle proche** : Contactez personnellement 15-20 personnes de votre réseau (amis, anciens collègues) qui pourraient correspondre à votre client idéal. Expliquez-leur ce que vous avez créé et demandez-leur s'ils connaissent quelqu'un que cela pourrait aider. Proposez-leur un tarif "amis & famille".
- **2. Apport de valeur ciblé** : Identifiez 3 groupes Facebook où se trouve votre client idéal. Pendant la semaine de lancement, soyez hyperactif. Répondez aux questions des membres, donnez des conseils pertinents, soyez utile. Si c'est autorisé, à la fin de la semaine, faites un post expliquant ce que vous lancez, en insistant sur le fait que c'est pour aider la communauté.

Vos 10 premières ventes sont les plus difficiles mais aussi les plus gratifiantes. Elles valident tout votre parcours. Célébrez chacune d'entre elles !

Conclusion

Vous tenez entre vos mains bien plus qu'un simple guide. Vous avez la feuille de route, la stratégie et, je l'espère, l'étincelle de motivation nécessaire pour passer du rêve à la réalité. Relisez le chemin que nous avons parcouru : vous savez maintenant comment trouver une idée qui a du sens, la valider pour ne pas travailler en vain, la structurer pour garantir la réussite de vos étudiants, la créer avec les moyens du bord, et la lancer pour générer vos premiers revenus.

Le fossé le plus large dans l'entrepreneuriat n'est pas celui de la compétence ou des ressources. C'est le fossé entre savoir et faire. Vous avez maintenant le savoir. La seule chose qui vous sépare du succès est l'action.

Votre première formation ne sera pas parfaite. Et c'est une excellente nouvelle. Cela signifie que vous l'avez faite. La version 1 est là pour être lancée, pour vous apporter des retours, pour vous faire grandir. La perfection est une illusion qui paralyse ; l'action est un moteur qui construit les empires.

Votre Plan d'Action pour les 7 Prochains Jours :

N'attendez pas que les conditions soient parfaites. Commencez maintenant.

- **Jour 1 :** Choisissez votre idée de formation en utilisant la méthode des 3 cercles. Écrivez votre promesse de transformation (le passage du Point A au Point Z).
- **Jour 2 :** Contactez 3 personnes de votre entourage qui correspondent à votre client idéal et appliquez le "Test de la Conversation". Écoutez leurs mots.
- **Jour 3 :** Dessinez l'architecture de votre formation : listez vos 5-7 modules et les leçons principales pour chacun.
- **Jour 4 :** Prenez votre smartphone et enregistrez la vidéo de votre toute première leçon. Juste une. Brisez la glace.
- **Jour 5 :** Créez un compte gratuit sur une plateforme tout-en-un (Podia, Systeme.io...) et familiarisez-vous avec l'interface.
- **Jour 6 :** Rédigez un brouillon de l'email d'annonce de votre formation que vous enverrez le jour J.
- **Jour 7 :** Appuyez sur "Publier" sur un premier contenu test (story Instagram, post LinkedIn, petit article) lié à votre sujet pour tâter le terrain.

Le monde n'a pas besoin d'une autre personne qui rêve de partager son savoir. Il a besoin de vous, maintenant, avec votre expérience, votre authenticité et votre courage. Vous êtes prêt. Il est temps de vous lancer.