

HAPPY THERAPIST

– PROGRAMME BOOSTER – Passez la barre des 5 000 € de CA/mois

PRÉSENTATION

Public Visé

- Thérapeutes, Coachs, autres praticiens de bien-être déjà installé, avec une base de clientèle

Résultats attendus

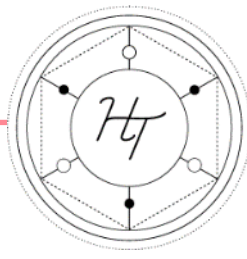
- Structurer l'activité et la développer avec des techniques avancées pour passer la barre des 5 000 € de CA mensuel

Modalités

- Accompagnement personnalisé en groupe et en individuel (par téléphone et/ou visio-conférences)
- Accompagnement sur tous les points-clés : mindset, organisation, trouver des clients, utiliser des moyens modernes de communication, pièges à éviter, etc.
- 2 points par semaine
- 6 semaines intensives
- Nombreux exercices
- Accès aux replays des vidéos
- Fiches de travail téléchargeables à remplir à votre rythme

Contenu

- Mindset : un accompagnement pour adopter un nouvel état d'esprit et lever les freins qui vous empêchent d'avancer sereinement
- Vision : définissez exactement ce que vous voulez avoir, faire et devenir
- Stratégie : comment clarifier ce que vous proposez, vos tarifs, qui sont vos clients, votre business plan, etc.
- Comment vous faire davantage connaître et vous différencier des autres praticiens de bien-être
- Comment développer votre clientèle
- Comment remplir votre agenda de rendez-vous pour vivre de votre activité et avoir plus de visibilité sur les mois qui viennent



HAPPY THERAPIST

- Comment gérer concrètement votre cabinet et vos clients au quotidien : administratif, prise de rendez-vous, questions étonnantes, etc.
- Les stratégies digitales avancées pour vous faire connaître et avoir plus de clients
- Comment organiser et promouvoir des ateliers
- Nombreux exercices concrets
- Des fiches de travail téléchargeables à remplir à votre rythme pour vous aider à avancer

Garanties

- Remboursement intégral sur demande si vous n'obtenez pas les résultats. Il vous suffit d'en faire la demande en apportant simplement une preuve de mise en œuvre des différentes étapes du programme.

DÉTAILS DU PROGRAMME

Semaine 1 : mindset

Définissez ce que vous voulez : vision et objectifs

- Définissez une vision globale
- Transformez votre vision en objectifs : qui, quoi, quand, combien, pourquoi
- Des objectifs au plan d'action

Confiance en soi : levez vos freins et croyances limitatives

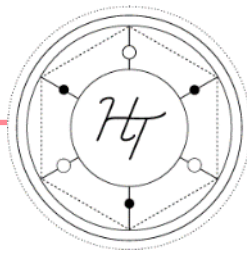
- Vos croyances sur l'argent
- Les croyances à propos du marketing
- Techniques et exercices de levée de freins

Le mindset de chef d'entreprise

- Ancrage en tant que professionnel et chef d'entreprise, prise de conscience et exos pour intégrer le fait que la construction d'une entreprise implique le fait de la développer
- Positionnement mindset du leader dans son domaine, sans culpabilité et gardant son intégrité et ses valeurs
- Lien entre les chakras et le business et comment je fais en sorte d'être aligné

Alignez votre activité avec vos valeurs

- Identifiez votre Ikigai : ce que vous aimez, ce qu'attendent vos clients, ce pour quoi vous pouvez être payé, votre zone de génie
- Votre activité : comment être unique (principe et intérêt de choisir une niche, premières réflexions sur le positionnement)



HAPPY THERAPIST

Semaine 2 : mon cabinet au quotidien (1/2)

Administratif : comment être plus efficace

- Outils pour gérer plus efficacement votre fichier clients
- Des outils de prise de rendez-vous pour se faciliter la vie (logiciels payants, gratuits, rappels SMS automatisés)
- Données sensibles et secret « médical » (mise en conformité conservation données sensibles)
- Rythme pour l'administratif
- Les outils indispensables à mettre en place (autorisations clients et docs de conformités)

Organisation : bien gérer son temps

- Types de temps, blocs de temps
- Méthode Pomodoro
- Méthode GTD

Semaine 3 : mon cabinet au quotidien (2/2)

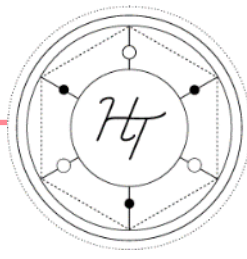
Mes clients au quotidien

- La question du paiement (à quel moment, comment le demander, solutions de paiement possible, etc.)
- Politique d'annulation au dernier moment (comment ne pas se retrouver coincé)
- Détection des urgences, savoir aiguiller, dire non, détecter les limites pour ma sécurité et celle de mon client
- Faire face à la résistance de mon client
- Clients miroirs
- Définir règles de son cabinet et de sa pratique
- Éviter le piège du thérapeute trop serviable : c'est le client qui s'adapte à l'agenda et pas l'inverse
- Gérer les objections clients
- Gérer les questions étonnantes
- Gérer les demandes à connotations sexuelles

Semaine 4 : comment être clair sur ce que vous proposez pour vous différencier

Ne pas partir de rien : analyse et prise de recul sur votre existant

- Vos clients : profils, nombre, fréquence de rendez-vous



HAPPY THERAPIST

- Vos tarifs
- Vos outils de praticien
- Ce que vous proposez
- Votre communication : flyers, réseaux sociaux, événements, site web, etc.

Pourquoi et comment définir une offre claire et attractive

- Principe et intérêt d'une offre
- Ce qu'attend votre client
- Solutions possibles que vous pouvez apporter
- Différenciation : comment devenir unique
- Structuration d'une offre

Passage à l'action : créez vos offres

- Votre vision financière : combien voulez-vous gagner et comment y arriver
- Identifiez votre client idéal
- Engagez vos clients dans un processus de long terme avec un plan d'accompagnement
- Formalisez vos offres

Comment affiner vos offres en parlant avec vos clients

- La technique des startups pour poser les bonnes questions
- Comment analyser les réponses

Du rêve à la réalité : le business plan

- Prévoyez le futur en alignant vos offres, vos revenus, vos charges et votre temps

Semaine 5 : développez votre clientèle

Optimisez la façon de parler de vous et de votre activité

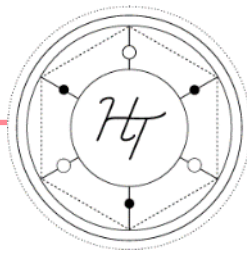
Vos réseaux sociaux : optimisez votre page Facebook et votre page LinkedIn

Améliorez votre site web

- Le minimum requis
- Comment présenter votre activité : techniques avancées
- Comment aider vos futurs clients à prendre contact en ligne
- Intégrez votre site web directement à un outil de prise de rendez-vous

Comment déclencher des rendez-vous dans "le monde réel"

- Comment décrocher un rendez-vous dans n'importe quelles circonstances
- Scripts (situation quotidienne, réseau pro, association, au cabinet)
- Exercices



HAPPY THERAPIST

Techniques avancées pour trouver des clients avec les réseaux sociaux (B2C)

- La psychologie des ventes en B2B
- Les outils à utiliser
- Comment les aborder
- Exercices

Techniques avancées de prospection B2B

- Les outils à utiliser
- Les différentes phases
- Scripts (contact, qualification, vente)
- Exercices

Communiquer avec vos clients : les outils modernes

- Principe de l'autorépondeur et du CRM
- Configurez votre autorépondeur

Garder un lien avec ses clients

- Scripts mails et SMS
- Organisation et outils

Semaine 6 : organisez des ateliers

Préparez votre atelier

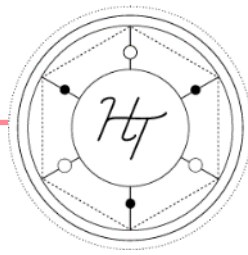
- Clarifiez les objectifs
- Votre offre : la définir et la présenter
- Payant ou gratuit ?
- Planifiez votre communication
- Concevez le contenu de votre atelier (structures-types)

Faites en sorte que les gens puissent venir

- Créez un événement Facebook
- Utilisez une billetterie en ligne
- Intégrer une billetterie en ligne avec un événement Facebook

Faites venir le public

- Promouvoir un atelier avec Facebook : les deux approches
- Où et comment communiquer sur les réseaux sociaux
- Comment communiquer avec vos clients actuels (scripts)



HAPPY THERAPIST

Stratégies digitales avancées pour développer votre activité (Module 100 % en ligne - Vidéos + fiches PDF téléchargeables)

La psychologie du digital

- Comprendre l'équation T x C x V x P x R
- Prise de conscience, recherche solution, évaluation solution, choix solution
- Attention, Relation, Confiance, Vente
- Notion de parcours client

Utilisez les groupes Facebook ou LinkedIn

Votre site web

- Comprendre la stratégie derrière un site web
- Architecture d'un site web
- Les différents types de page d'accueil
- Créer votre page d'accueil : les éléments-clés
- Comment concevoir les textes de votre page d'accueil
- Les visuels et le design
- Technique : comment vous simplifier la vie

Promouvoir votre activité avec des pub Facebook

- Création et configuration d'un compte Facebook Business
- Architecture d'une campagne Facebook
- Création d'une campagne de A à Z : campagne, groupe d'annonces, annonces, textes, visuels, etc.
- Les outils complémentaires à utiliser
- Quel budget ?
- Performance des campagnes : savoir si elles fonctionnent (ou pas)

Publier du contenu sur Internet : la bonne approche

- Créer un blog... ou pas, ce qu'il faut savoir
- Poster sur les réseaux sociaux : bonnes pratiques, fréquences, outils
- Comment planifier une semaine de posts en 1 heure
- Où trouver des images libres de droits
- L'art de poster : écrire des titres, des accroches et des textes percutants
- Vos posts doivent servir votre activité : les différents types de posts et de contenus pour atteindre vos objectifs