

Zerudi :
Le Guide Complet pour Créer
Votre Activité de A à Z

Table des matières

Introduction.....	4
Votre projet.....	5
Votre objectif... si vous l'acceptez.....	6
Ce qui conditionne la réussite de votre projet.....	8
Quelles sont les erreurs qui conduisent à l'échec ?.....	8
Posez-vous les bonnes questions.....	8
Clarifiez maintenant votre projet.....	10
Votre cible.....	12
Votre offre.....	14
L'exemple de Franck, photographe.....	14
Zerudi : découverte et mode d'emploi.....	16
Les fondamentaux.....	17
La zone INDICATEURS.....	20
La zone FORMATIONS.....	21
La zone MEMBRES.....	24
Lister et créer les groupes de membres :.....	24
Créer manuellement un nouveau membre :.....	25
Créer un accès membre.....	26
La zone VENTES.....	28
Les bons de réduction :.....	29
Les partenaires.....	30
La zone CONTENUS.....	31
Comment créer une page.....	31
Créer les pages marketing et les organiser en scénario.....	34
Les comparatifs marketing.....	38
La gestion de vos médias.....	39
Créer des liens traçables.....	40
Créer et animer un webinaire.....	42
La zone PEDAGOGIE.....	45
Comment créer un contenu pédagogique ?.....	46
Comment créer le contenu d'un cours.....	53
Comment créer des exercices en ligne (des activités).....	55
Paramétrer la gamification.....	56
La zone EMAILS.....	58
Comment créer une newsletter ?.....	59
Programmer et paramétrer l'envoi de la newsletter :.....	63
Comment segmenter l'envoi d'une newsletter ?.....	64
La zone OPTIONS : automatisez votre site.....	67
Le paramètre « Options :.....	68
Les emails (texte).....	70
Les emails (option) :.....	70
Les ventes :.....	71
Les factures.....	71
Les services externes.....	72
La pédagogie.....	73
Les réseaux sociaux.....	73
Revenir à l'installation de votre site.....	74

Modifier le thème du site.....	75
Créer des permissions.....	76
Générer des rapports et des alertes.....	76
Comment créer des modèles.....	78
Gérer les dispositions.....	79
Comment créer le menu de votre site.....	84
Comment définir votre page d'accueil.....	86
A vous de jouer.....	88
Créez maintenant vos 12 premières pages.....	89
Étape 1 : votre page d'accueil.....	89
Étape 2 : votre page de capture.....	96
Étape 3 : votre page d'atterrissage.....	98
Où et comment créer votre page d'atterrissage ?.....	100
Étape 4 : votre page de vente.....	102
Étape 5 : votre page de commande.....	106
Étape 6 : comment lier les pages entre elles.....	109
Lier la page d'accueil avec la page de capture :.....	109
Lier les pages marketing entre elles : de la page d'atterrissage jusqu'à la page de commande :.....	110
Relier la page de capture au scénario marketing (et donc la page d'atterrissage) :.....	112
Étape 7 : créer des pages de formation.....	114
Étape 8 : 2 billets de blog.....	116
Insérez vos billets de blog dans une catégorie.....	117
Étape 9 : votre page à propos.....	118
Étape 10 : déclenchez des emails automatiques.....	120
Combien d'emails automatiques ?.....	125
En guise de conclusion.....	126
Voyez grand, voyez loin.....	127

Introduction

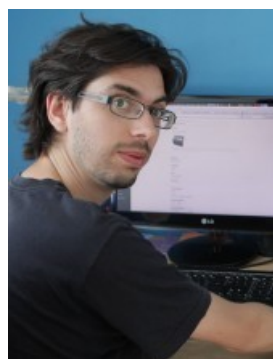
Zerudi est le fruit d'une longue expérience, démarrée au début des années 2000. La plateforme et l'idée sont le résultat d'une longue amitié et collaboration entre Sylvain Délézir, développeur, et Vincent Delourmel, conférencier et formateur.

C'est le monde magique de l'illusion qui les a rapprochés dans les années 90. Mais un jour, Sylvain, qui avait deux passions, l'informatique et la prestidigitation, a décidé que l'ordinateur et le langage informatique étaient plus magiques encore. Que voulez-vous... Sylvain préfère parler à ses ordinateurs.

Vincent est plus équilibré ; en même temps, c'est lui qui écrit ces quelques lignes, donc... Et il est plus âgé, ça lui permet de dire ce qu'il veut. Bref, en tout cas, un jour il a demandé à Sylvain de lui concevoir un site autonome pour enseigner des tours de magie. Puis il lui a demandé de récidiver pour enseigner l'art de la mémoire, thématique que Vincent pratique depuis 1995.

De là est née toute cette technologie qu'est Zerudi, testée dans différents contextes et différents marchés depuis... Pfiuuuuu ! Fort longtemps.

Ci-dessous, nos photos. Devinez qui est qui ? Astuce : il n'y a pas de piège !



Important : nous ne sommes pas des « infopreneurs ». Nous sommes des passionnés de la pédagogie, de l'enseignement, de la transmission de savoirs et du webentrepreneuriat.

Nous réfutons complètement l'amalgame avec cette industrie de l'infoprenariat qui, bien souvent, est dirigée par des personnes peu scrupuleuses qui promettent monts et merveilles à des gens qui, de leur côté, ne perçoivent pas l'envers du décor. Nous détestons et dénonçons systématiquement les vendeurs de rêves qui utilisent des stratégies saines et performantes comme le copywriting à des fins malhonnêtes.

Notre ambition est de vous proposer non seulement le meilleur outil qui soit pour diffuser vos connaissances, mais aussi une charte de bonne conduite et tout un tas de pratiques éthiques pour durer dans le temps : en somme, notre expérience de plus de 15 ans.

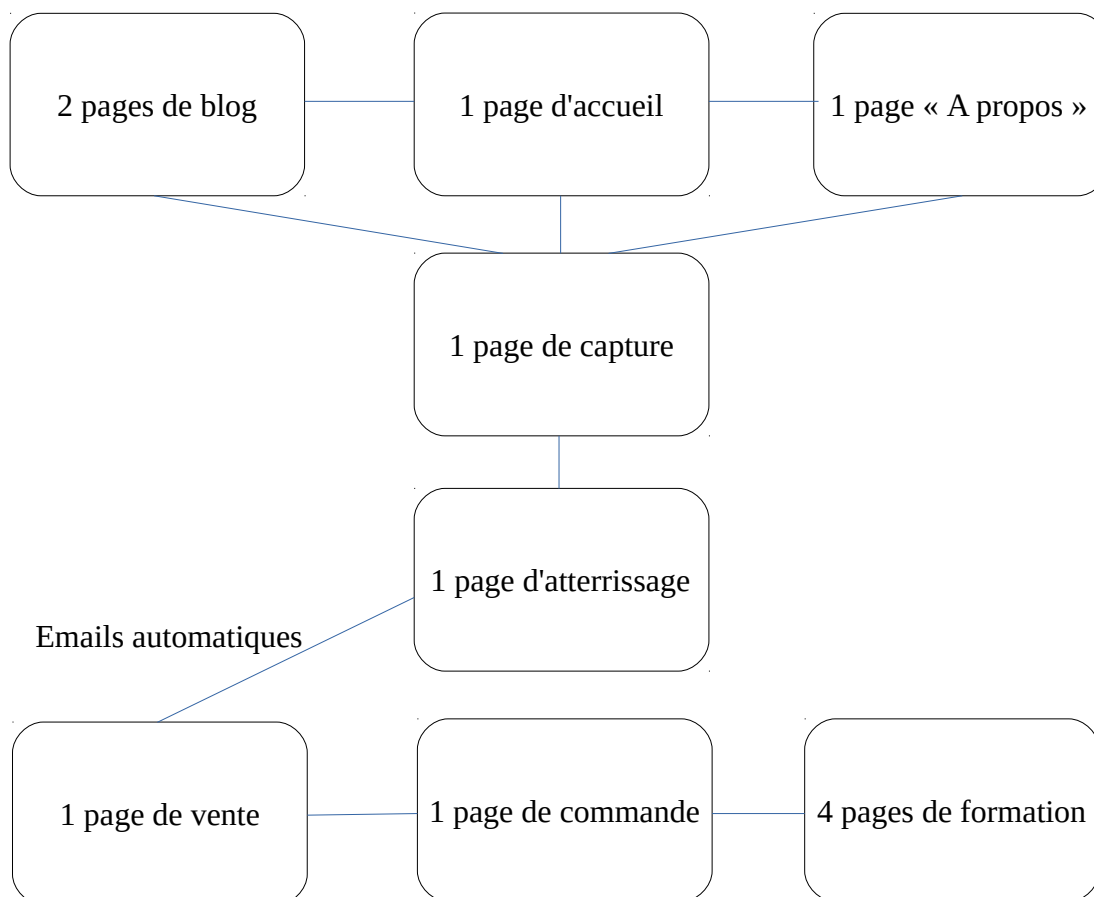
Votre projet

Votre objectif... si vous l'acceptez

12 pages et quelques emails automatiques. C'est tout ce dont vous avez besoin pour démarrer. Vous êtes nombreux à vouloir vous lancer sur le web. Mais dans 99 % des cas, malgré l'outil proposé, vous ne savez pas par où commencer. Vous n'avez pas de vision. Un peu comme si on vous confiait une belle voiture mais sans route à suivre ni destination.

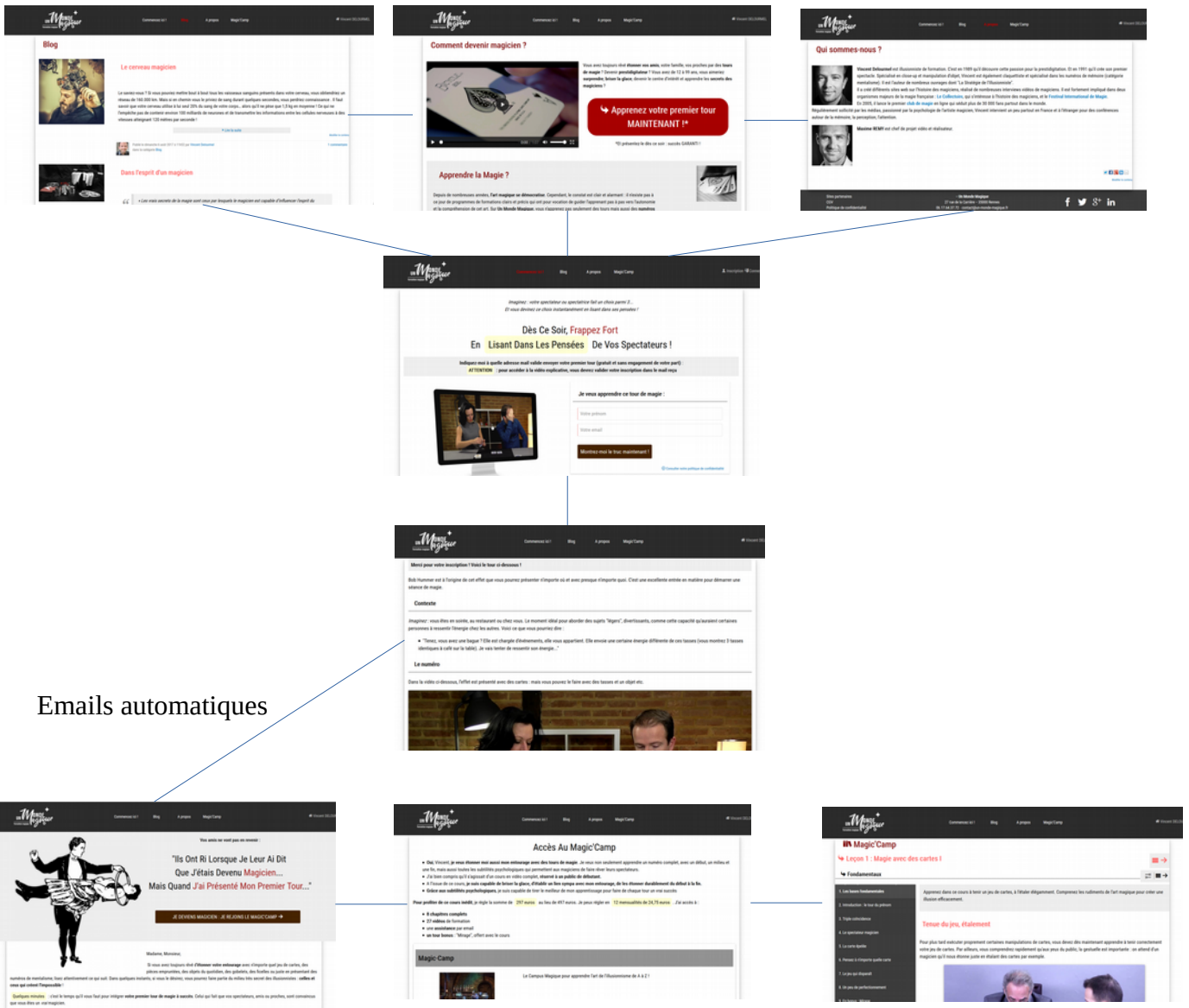
Vous êtes formateur, passionné, consultant, coach, enseignant : dans tous les cas vous avez des informations à transmettre. Et c'est ce que nous faisons depuis le début des années 2000. Ce guide se veut pratique : pas blabla inutile, un maximum de capture d'écrans pour guider pas à pas vers votre objectif. La spécificité de Zerudi et son équipe, c'est que nous sommes des pionniers dans le domaine. Et des intervenants de terrain. Nous connaissons la difficulté à laquelle vous faites face. Et celles à venir. C'est pourquoi nous avons préféré un développement « lent », progressif : pour vous accompagner au mieux. Pour consolider nos bases. Et vous proposer la meilleure solution.

12 pages, donc, que vous pouvez créer simplement avec Zerudi :



Vous voulez voir à quoi ça ressemble ?

Voici par exemple la structure de notre site <https://un-monde-magique.fr> :



Emails automatiques

Ce site, démarré il y a peu au moment où nous partageons ces quelques lignes a déjà généré plus de 5000 euros avec moins de 250 emails qualifiés.

Une douzaine de pages, quelques mails : l'objectif vous semble atteignable ?

Alors continuez votre lecture et partons au cœur de votre projet.

Ce qui conditionne la réussite de votre projet

Vous êtes nombreux à vous intéresser au projet Zerudi après avoir vu ou suivi des vidéos trompeuses vous promettant un succès rapide et retentissant. Sans même savoir ce que vous alliez proposer, vous vous êtes jeté(e) corps et âme dans l'étude du webmarketing et des solutions pour « devenir riche, libre et indépendant ». Vous êtes tout aussi nombreux à avoir déchanté et nous passons pas mal de temps à vous déconditionner. Car si tout est possible sur le web (et ailleurs), il existe des étapes fondamentales. La première consiste à avoir un vrai projet.

Dans notre domaine qui est celui de la transmission, un bon projet se résume à :

- connaître parfaitement son sujet
- avoir déjà du contenu prêt à l'emploi : soit clairement dans votre tête, soit déjà rédigé
- avoir une vision claire de ce que vous proposez
- créer un business model
- vous comporter comme un(e) chef(fe) d'entreprise

Quelles sont les erreurs qui conduisent à l'échec ?

Les erreurs qui conduisent à l'échec sont :

- sous estimer l'importance du contenu et de sa qualité : le web s'est profondément professionnalisé depuis le début des années 2010. Un contenu non maîtrisé ou de piètre qualité est voué à l'échec.
- considérer un tel projet en dilettante : vous devrez au départ y consacrer du temps, beaucoup sans doute, avant de prétendre à une vie plus « automatique » ; qui ne le sera jamais vraiment, il faut le reconnaître humblement
- ne pas vous former : les leaders sont celles et ceux qui se forment en permanence ; rester sur ses acquis est une erreur fatale
- ne pas comprendre l'importance du marketing et de l'art de la vente : les clients ne viendront jamais à vous comme par magie. Vous devrez exceller dans l'art de la vente à distance. Ne pas l'accepter vous conduira là aussi à l'échec

Plus vite vous comprendrez que votre projet EST un projet d'entreprise, plus vite vous progresserez.

Posez-vous les bonnes questions

Voici les bonnes questions que vous devez-vous poser :

- 1) Est-ce que je maîtrise le sujet de mon enseignement ?
- 2) Ai-je un minimum de légitimité pour proposer mes services ?
- 3) Est-ce que je possède un minimum d'expérience concluante ?
- 4) Est-ce que mon sujet me passionne ?
- 5) Suis-je prêt(e) à investir et perdre de l'argent, du moins au début, pour mon projet ?
- 6) Ai-je établi un business model avec un prévisionnel réaliste ?
- 7) Suis-je prêt(e) à faire un emprunt professionnel si besoin ?
- 8) Suis-je prêt(e) à accepter l'échec pour rebondir et recommencer encore et encore ?

Rassurez-vous : ça n'est pas parce que vous avez répondu non à l'une ou l'autre de ces questions que votre projet n'est pas viable. Mais le moindre « non » doit attirer votre attention et déclencher votre

vigilance. Particulièrement pour celles et ceux qui lancent un projet sans maîtriser leur sujet. Croyez-nous, depuis toutes ces années que nous pratiquons, toutes ces milliers d'heures de veille, d'observation, de rencontres, il ressort que 100 % des personnes qui se lancent dans un projet de transmission ou d'enseignement sans maîtriser vraiment leur sujet se laissent complètement dépasser par l'énorme travail qui consiste à produire du contenu à la fois pertinent et ultra qualitatif.

Comprenez : celles et ceux qui ont un boulevard sont plutôt des experts de leur domaine, capables de faire la différence avec des concurrents par une valeur ajoutée qui s'appelle l'expérience. Prenons notre exemple : l'ensemble de nos sites tournent autour de deux expertises que sont la mémoire et l'illusion :

Ce site parle de la mémoire : sujet que je pratique depuis 1995 et enseigne depuis 2000

Ce site parle prestidigitation : art que je pratique depuis 1989



Notre solution en distanciel

Créez votre site de formation



Communiquez



Développez votre chiffre d'affaire



*Ce site parle pédagogie et vente de formation en ligne :
activité que nous pratiquons depuis le début des années 2000*

L'équipe de Zerudi est composée de Sylvain, expert en développement web depuis... presque toujours, ainsi qu'en sécurité Internet : il a développé la plateforme qui lui a permis de créer et générer de nombreux sites ou applications web. Je suis pour ma part illusionniste de métier, je travaille sur les mémoires « prodigieuses » depuis 1995 et je forme des milliers de personnes partout dans le monde depuis le début des années 2000.

Notre projet global est cohérent car naturel : nous nous appuyons sur nos points forts et nos différentes expériences concrètes.

Clarifiez maintenant votre projet

Et vous ? Quel est votre projet ? Si vous deviez le résumer en quelques mots ?

Mon projet consiste à :

.....
.....
.....

Assurez-vous vraiment d'avoir un socle, des fondations suffisamment solides pour faire la différence. La passion. L'engagement. L'obsession. Les ressources nécessaires : en temps, en argent, en énergie.

Parmi vous, certaines personnes choisissent une nouvelle orientation. Une nouvelle passion vient de naître, elle en remplace une ancienne. Plusieurs raisons expliquent tout ça : quelque chose a déclenché chez vous une prise de conscience. Vous avez rencontré quelqu'un ou une situation et un déclic s'est produit. Évidemment, nous vous encourageons à suivre votre voie. Cependant, avant de vous lancer, faites un point objectif sur vous-même :

- Quelle est votre histoire ?
 - Qu'est-ce qui vous définit ?
 - Comment les gens vous connaissent et reconnaissent-ils ?
 - S'il fallait tout reconstruire, où seriez-vous le ou la plus utile ?
 - Si vous n'aviez aucune contrainte financière, comment occuperiez-vous vos journées ?
- Je vous donne mes réponses ?

Mon histoire est celle d'un gamin qui n'était pas très doué à l'école et qui a découvert une voie de sortie par la prestidigitation. Prestidigitation qui m'a amené sur le chemin des mémoires prodigieuses, afin d'en faire des démonstrations « magiques ». De là on m'a demandé d'expliquer comment je faisais.

Ce qui me définit, c'est mon obsession de la transmission de façon décalée, détournée. J'interviens partout dans le monde sur ces sujets que sont la mémoire, l'illusion et j'essaye d'éveiller les gens à de nouvelles façons de penser.

Les gens me connaissent et reconnaissent comme magicien et mnémoniste. Il serait compliqué pour moi de me lancer comme cuisinier :)

S'il fallait tout reconstruire, je m'occuperais de récolter le savoir et de favoriser sa transmission le plus efficacement possible. De façon magique, certainement.

Si je n'avais aucune contrainte financière, je ferais exactement ce que je fais aujourd'hui.

Il ne m'a fallu que quelques instants pour répondre à ces questions. Si vous aussi vous pouvez y répondre de façon fluide, alors vous êtes sur le bon chemin.

Votre cible

Avec qui êtes vous le ou la plus à l'aise ? Quel est votre public préféré ? A qui avez-vous envie de vraiment parler ? Une fois que votre projet est clarifié, vous devez identifier votre cible.

La tentation est toujours grande de s'adresser à tout le monde. Mais la vérité, c'est que moins vous ciblez, moins vous êtes audible.

Cette partie est très importante. Elle va conditionner votre réussite. Et faciliter votre succès. Répondez juste à ces questions :

1. Quel âge a votre cible ?
2. Est-ce un homme ? Une femme ? Un enfant ? Un ado ?
3. Dans quel milieu évolue votre cible ?
4. Quelles sont ses frustrations ?.....
5. Quel problème souhaite résoudre votre cible ?.....
6. Son problème est-il réel ?.....
7. Qu'est-ce qui préoccupe votre cible ?.....
8. Quelle(s) solution(s) a-t-elle pu tester ?.....
9. Qu'est-ce que votre solution peut lui apporter ?
- Comment cette solution peut-elle changer sa vie ?.....
10. Comment se sent votre cible grâce à votre solution ?.....
11. Comment se sent-elle sans ?.....
12. Quelles sont ses croyances limitantes ?.....
13. Est-ce que votre solution lui permet de dépasser ses croyances limitantes ?.....
14. Votre solution est-elle suffisamment puissante pour votre cible ? Au point de la faire adhérer tout de suite ?.....
15. Êtes-vous capable d'établir un portrait de votre cible en quelques mots afin de la reconnaître dans la rue ?
.....
.....
.....
.....
.....

Et après ?

La question qui revient souvent, c'est : « est-ce que je suis condamné à ne cibler qu'un type de personnes » ?

Non, mais vous devez commencer par identifier une première cible : l'enjeu pour vous c'est de rapidement démarrer votre activité.

Par exemple, vous pourriez très bien proposer des solutions pour les mathématiques. Vous êtes spécialiste du domaine et vous êtes capable d'expliquer les maths à un large public qui va du CP à l'université.

Par qui commencer ? Si vous annoncez que vous avez la solution ultime pour être « excellent en mathématiques », c'est bien. Mais vous allez devoir argumenter sur ce que ça signifie, comment, pourquoi etc.

Si vous annoncez que vous avez « la solution pour aider les élèves de CE1 en difficulté avec les tables de multiplication une fois pour toute », votre message est nettement plus ciblé... et plus fort.

Et rien ne vous empêche à terme de créer autant de pages de capture que de cibles potentielles : il vous suffira de créer des annonces ou des partenariats avec des liens qui pointent directement sur la page qui intéresse vos prospects.

Donc commencez par identifier une cible : testez, voyez si ça fonctionne et si c'est le cas recommencez puis étoffez votre offre. C'est tout !

Parlons justement de votre offre...

Votre offre

Concrètement, qu'allez-vous offrir contre de l'argent ? Qu'est-ce que vous vendez ? Votre solution est-elle unique ? Crédible ? Répond-elle à un vrai besoin ?

La réussite de votre projet ? Elle passe par cette simple équation :

$$\text{Cible} + \text{Problème} = \text{Votre solution}$$

Remarquez le = : il ne s'agit pas d'approximation. Votre solution résout *exactement* le problème de votre cible.

Si vous vendez des pâtes à des gens qui n'ont qu'une vague idée de ce qu'ils veulent manger, probablement des pâtes, vous ferez des ventes « molles ».

Si vous vendez des spaghettis qui se cuisent en 3 minutes à des gens qui n'ont pas la patience d'attendre 10 minutes et qui adorent les spaghettis, vous ferez de belles ventes.

Si vous vendez des spaghettis n°4 qui se cuisent en 3 minutes à des gens qui n'ont pas le temps et qui reçoivent du monde à qui ils aimeraient faire un plat qui requiert des spaghettis n°4, vous ferez un carton.

Plus votre solution est égale au problème de votre cible, mieux et plus vous vendez.

C'est pourquoi, pour démarrer, la meilleure solution consiste à créer une offre unique. Ce que les américains appellent Unique Selling Proposition (USP). Une offre unique pour une cible unique.

Et ça répond à cette question : PAR QUOI COMMENCER ?

La réponse est simple : par ce qui vous paraît le plus simple et le plus évident. J'entends par là : qu'est-ce que les gens attendent de votre part ?

L'exemple de Franck, photographe

Je prends l'exemple de mon ami Franck Boisselier, photographe, qui utilise Zerudi. Spontanément, qu'est-ce qu'on peut attendre de lui ?

Regardons de plus près ses talents de photographe : qu'est-ce qui le distingue et qui pourrait donner envie aux autres photographes ?

- Franck fait de très belles photos
- Ses photos font mouche
- On a envie de les voir chez soi, sur un mur
- Elles déclenchent souvent l'effet Wow
- Il est doué pour la photo de spectacle
- Il est doué pour les portraits
- Il a une collection de photos de murs de maison en démolition vraiment tops

A-t-on envie de savoir comment Franck utilise son appareil photo ? Peut-être. On préférerait qu'il partage avec nous sa vision, son œil, sa touche artistique qui ferait de nous des photographes qui déclenchent le « wow ».

Sa cible ? Les photographes amateurs ou pros qui veulent non plus faire des photos mais des œuvres d'art.

Comprenez-vous la démarche ? L'intérêt de cet exercice qui consiste à bien identifier votre cible et votre offre ?

Si vous avez un talent dans n'importe quel discipline, vous avez ce qu'on appelle une valeur ajoutée. Si vous vous contentez de restituer ce que vous avez appris, sans apporter la moindre valeur, vous ne vendrez pas ou pas beaucoup. Soyez UNIQUE. Soyez VOUS. Détectez vos talents et faites-en profiter le monde entier.

Rappelez-vous : vous et nous, nous pouvons changer le monde : le rendre plus beau, plus agréable, plus performant !

Zerudi : découverte et mode d'emploi

Les fondamentaux

A quoi sert Zerudi ? Qu'est-ce que vous pouvez faire avec ? Quelle différence avec les concurrents ?

Zerudi, c'est **une plateforme qui génère automatiquement votre site web complet**. Elle est destinée aux personnes qui veulent enseigner et diffuser leur savoir à distance.

Par exemple : j'enseigne l'art de la mémoire en présentiel. Mon site Zerudi me permet non seulement de communiquer, mais aussi de créer des formations et ressources en ligne pour les vendre au grand public. Je peux aussi vendre des formations à des entreprises et créer pour eux des accès membres : ça permet notamment de proposer un format hybride : du présentiel et du distanciel.

Vous pouvez aussi vendre des supports pédagogiques : moi-même je commercialise un jeu de cartes pour aider la mémoire.

Pour faire simple : votre site Zerudi peut devenir le point central de toute votre activité et vous permettre d'exploiter votre contenu à tous les niveaux :



Ainsi vous pouvez faire comme moi : communiquer sur vos prestations physiques (formations, conférences), créer et vendre des produits dérivés (livre, supports pédagogiques), créer et vendre des formations ou ressources en ligne (au format vidéo, avec des exercices en ligne, des badges etc) et, pourquoi pas, créer un événement comme nous le faisons avec le congrès de la mémoire.

Zerudi vous permet de piloter une activité complète d'édition et de formation.

Qu'est-ce qu'on y trouve ? Comment ça marche ? Un site web n'est ni plus ni moins qu'une suite de pages reliées entre elles et qui peuvent être publiques ou privées. Ainsi, votre site Zerudi vous permet avant tout de créer des pages dans des zones publiques ou des zones membres, accessibles après achat et/ou inscription. C'est tout.

Tout ce que vous avez pu entendre sur :

- Les tunnels de vente
- Les lancements orchestrés
- Les parcours de formation
- Les squeeze pages ou pages de capture
- Les pages d'atterrissage
- Les pages de vente
- Les upsells...

Il ne s'agit QUE de créer des pages. Puis de les agencer. C'est ce que vous permet Zerudi.

Au-delà de la création de pages, votre site web Zerudi vous permet de faire de nombreuses choses comme :

- tracker les intérêts de vos prospects
- inscrire les prospects via un autorépondeur intégré
- envoyer des emails automatiques ciblés, des newsletters et même des courriers postaux
- intégrer des bons de commande
- payer en ligne
- évaluer via des exercices
- suivre la progression des clients et des apprenants
- créer et animer des webinaires

Mais voici en images tout ce qui pourrait vous intéresser :

Commencez par faire apparaître le menu en cliquant sur la roue dentée ici :

The screenshot shows the Zerudi website interface. At the top, there is a navigation bar with the Zerudi logo, a search bar labeled "recherche globale", and a "Magie" dropdown menu. Below the navigation bar, there is a dark header with the "UN MONDE magique" logo and navigation links: "Commencez ici !", "Blog", "A propos", and "Magic'Camp". The main content area features a video player with the title "Comment devenir magicien ?". The video player shows a close-up of a playing card (the Ace of Spades). To the right of the video player, there is a red button with the text "Apprenez votre premier tour MAINTENANT !*" and a small asterisk below it: "*Et présentez-le dès ce soir : succès GARANTI !". Below the video player, there is a section titled "Apprendre la Magie ?" with a small image of a hand holding a card and a speaker icon.

Voici ce qui apparaît :



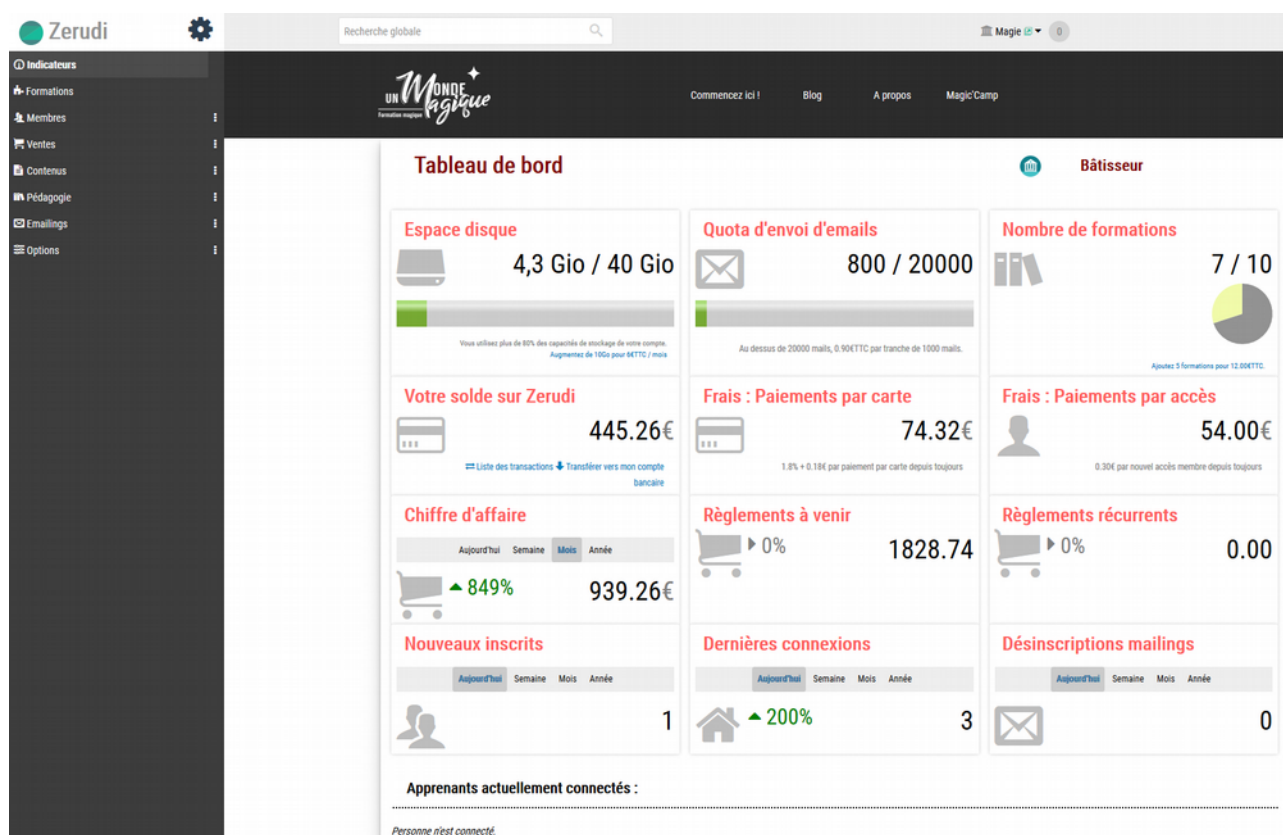
Vous obtenez un menu avec 8 zones :

Menu	Description
Indicateurs	Dans cette zone vous retrouvez votre tableau de bord : ce que vous utilisez de votre espace de stockage, le nombre d'emails envoyés au cours du mois, votre solde sur Zerudi (encaissements par CB), votre chiffre d'affaire (encaissement via tous les moyens de paiements), les règlements à venir, les inscriptions à votre mailing list, les désinscriptions etc
Formations	Dans cette zone vous faites apparaître les différentes formations que vous avez créées. En un clin d'oeil vous savez si elles sont en ligne ou pas. En cliquant dessus, vous pouvez les modifier.
Membres	Vous retrouvez le listing de vos membres, les groupes de membres que vous avez créé et les accès membres des personnes qui ont acheté ou que vous avez créées manuellement.
Ventes	Vous retrouvez vos ventes, les différents paiements, les bons de réduction, les rapports des ventes pour votre comptabilité, les liens partenaires (affiliation)
Contenus	C'est l'espace où vous créez vos pages de communication, mais aussi de marketing, votre espace médias (images, vidéos que vous avez importées sur votre site Zerudi, les commentaires, les liens traçables (qui permettent de qualifier l'intérêt de vos prospects et visiteurs, les lives (webinaires)
Pédagogie	C'est ici que vous pouvez retrouver vos modules de formation, vos cours, les activités que vous avez créées (QCM, blindtest...), les évaluations, les lectures des apprenants, les badges et les niveaux (gamification).
Emailings	Dans cette zone vous créez vos emails automatiques qui se déclenchent après inscription et/ou achat sur le temps que vous voulez, les newsletters que vous rédigez de façon ponctuelle, les courriers postaux, que vous prenez connaissance des retours : emails qui ne sont pas arrivés, qui sont en cours de traitement etc.
Options	Retrouvez les étapes d'installation de votre site, l'espace webdesign (thème du site), tous les paramétrages pour automatiser les ventes, inscription, création de factures etc., mais aussi la gestion des modèles (pour gagner du temps) la gestion des menus de votre site et du pied de page de votre site, le choix de la page d'accueil, votre nom de domaine etc.

Voyons maintenant d'un peu plus près ces différentes zones...

La zone INDICATEURS

En un clin d'œil, vous retrouvez ici toutes les informations de l'activité de votre site Zerudi :



Vous pouvez consulter vos ventes au jour le jour, par semaine, par mois, avoir une vision sur les règlements à venir si vous avez déclenché des ventes en plusieurs fois, voir les paiements récurrents si vous avez vendu une solution par abonnement.

Les frais « paiements par carte » sont ceux de notre prestataire de service MangoPay pour toute transaction bancaire.

Les paiements par accès sont ceux que nous vous facturons une fois pour toute par apprenant. Un même apprenant peut acheter plusieurs fois chez vous, on ne vous prélève qu'une fois 0,30 cts.

Les autres informations concernent les inscriptions, les connexions et vous pouvez voir en temps réel qui est connecté sur votre site.

La zone FORMATIONS

Vous retrouvez la liste de toutes vos formations :

The screenshot shows the Zerudi website interface. On the left is a dark sidebar with navigation options: Indicateurs, Formations (selected), Membres, Vestes, Contenus, Pédagogie, Emailings, and Options. The main content area is titled 'Formations' and features a '+ Nouvelle formation' button at the top right. Below this is a table with 7 rows of training listings. The table has columns for 'Nom', 'Catégorie', 'État', 'Catalogue', and 'Créé le'. A search bar is located above the table. A blue arrow points from the text below to the '+ Nouvelle formation' button.



Nom	Catégorie	État	Catalogue	Créé le
Magic-Camp formation		en ligne	non	lundi 23 avril 2018 à 11h24
Magie rapprochée formation		hors ligne	non	mardi 29 août 2017 à 08h36
Mentalisme formation		en ligne	non	vendredi 6 mai 2016 à 19h33
Tours formation		hors ligne	non	mardi 29 décembre 2015 à 11h15
Magie de salon formation		hors ligne	non	dimanche 6 décembre 2015 à 15h36
Magie impromptue formation		hors ligne	non	dimanche 6 décembre 2015 à 15h36
Cartomagie formation		en ligne	non	mardi 25 novembre 2014 à 19h30

Remarque importante : un site Zerudi est hiérarchisé de cette façon :

- le site « mère » : ici c'est <https://un-monde-magique.fr>
- les « sous-sites » : par exemple si je clique sur « Magic Camp », ça m'amène sur l'adresse : https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/

On pourrait appeler les « sous-sites » des « espaces de formation ». Imaginez un immeuble, ici le site <https://un-monde-magique.fr>, et des appartements qui sont à l'intérieur de cet immeuble, comme par exemple https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/ .

Vous avez le bouton « Nouvelle formation » qui vous permet de créer un nouveau « sous site » :

Zerudi  Recherche globale  Magie 15 0

UN MONDE Magique Commencez ici ! Blog A propos MagieCamp

Paramétrer votre formation

Paramètres généraux

Catégories de la formation
 zfs Dérouler les catégories

Nom
 Nom court, il est utilisé pour l'adresse de la formation

Titre

Description
 En quelques phrases, la description est affichée sur les bons de commande par exemple

Texte après paiement
 En quelques phrases, la description est envoyée lors du mail de confirmation du règlement

Visuel

Etat *

Epinglé ? *
 Une formation épinglée sera mise en avant
 oui
 non


Numérotation automatique des modules *
 Non
 Oui



Montrer les modules verrouillés *
 Mettre "non", pour garder la surprise.
 Non
 Oui

Mots clés

Visible sur le catalogue *
 Zerudi peut afficher votre formation dans le catalogue des formations mises en avant.
 non
 en attente

Prix disponibles

L'acheteur choisira parmi ces différents prix (au comptant, en plusieurs fois ou sous forme d'abonnement). 
 Attention, un prix à 0€ indique que l'élément est GRATUIT.
 L'élément ne peut être commandé si aucun prix n'est indiqué.

 Dupliquer la formation (son contenu seulement)
 Supprimer la formation (et tout son contenu)

Quand c'est bien rempli, ça ressemble à ça :

Paramétrer votre formation

Paramètres généraux

Catégories de la formation

Dérouler les catégories

Nom

Nom court, il est utilisé pour l'adresse de la formation

Maglo'Camp

Titre

Maglo'Camp

Description

En quelques phrases, la description est affichée sur les bons de commande par exemple

Le Campus Magique pour apprendre l'art de l'illusionnisme de A à Z !

Texte après paiement

En quelques phrases, la description est envoyée lors du mail de confirmation du règlement

Merci pour votre inscription !

Visuel



Etat *

en ligne

Épinglé ? *

Une formation épinglée sera mise en avant

oui
 non

Numérotation automatique des modules *

Non
 Oui

Montrer les modules verrouillés *

Mettre "non", pour garder la surprise.

Non
 Oui

Mots clés

Magie, prestidigitation, illusion

Visible sur le catalogue *

Zerud peut afficher votre formation dans le catalogue des formations mises en avant.

non
 en attente

Prix disponibles

L'acheteur choisira parmi ces différents prix (au comptant, en plusieurs fois ou sous forme d'abonnement).

Attention, un prix à 0€ indique que l'élément est GRATUIT.

L'élément ne peut être commandé si aucun prix n'est indiqué.

414.17 € HT

20.00 % TVA

497.00 € TTC

Type de prix : Comptant

Paiement comptant de 497€

Mettre en promotion

Nouveau prix en promotion : Actif

247.50 € HT

297.00 € TTC

du 19/07/2018 à 00h00

au 31/12/2018 à 00h00

Règlements autorisés :

Paypal
 Carte
 Virement

Chèque

Supprimer

414.17 € HT

20.00 % TVA

497.00 € TTC

Type de prix : Règlement en plusieurs fois

Paiement total de 497€ en 12 fois (41.42€ tous les 30 jours)

Mettre en promotion

Nouveau prix en promotion : Actif

247.50 € HT

297.00 € TTC

du 19/07/2018 à 00h00

au 31/12/2018 à 00h00

Règlements autorisés :

Carte
 Virement
 Chèque

Prélèvement

Supprimer

Ajouter un prix

Enregistrer

Dupliquer la formation (son contenu seulement)

Supprimer la formation (et tout son contenu)

C'est dans cette zone que vous définissez le visuel ou logo de votre formation, sa description, les tarifs, d'éventuelles dates de promotions etc.

La zone MEMBRES

The screenshot shows the 'Membres' page with a table of members. The table has columns: Nom, Email, Groupes, Inscription, and Dernière Cx. The members listed are Hug GRJ, Dan, Fab, Antl, and Gilb. The 'Groupes' column shows various group names like 'cadeau magic camp', 'magic camp', 'Magic camp 12 fois', 'Débutants', and 'Magic Camp Club de Magic'. The 'Inscription' column shows dates and times. The 'Dernière Cx' column shows the last contact date and time.

Ici vous avez la liste des membres. Quand le petit carré est **orange**, c'est que le membre n'a pas confirmé son inscription. *Il ne recevra pas de mails de votre part.*


Vous pouvez lister et créer des groupes de membres et intégrer manuellement un nouveau membre.

Lister et créer les groupes de membres :

The screenshot shows the 'Groupes' page with a table of groups. The table has columns: Nom du groupe, Nombre de contacts, Nombre d'acheteurs, and Proportions d'acheteurs. The groups listed are Magic Camp Club de Magic, Magic camp 12 fois, promo magic camp, cadeau magic camp, Magic-Camp Twitter, Magic-Camp Facebook, Magic-Camp LinkedIn, magic camp, Débutants, and scapin. The 'Nombre de contacts' column shows the number of members in each group. The 'Nombre d'acheteurs' column shows the number of buyers in each group. The 'Proportions d'acheteurs' column shows the percentage of buyers in each group.

Vous avez le nombre de contacts par groupe, le nombre d'acheteurs, la proportion d'acheteurs. C'est pratique car avec l'outil email, vous pouvez tout de suite cibler tel ou tel groupe et prédire à peu près le potentiel d'achat !!

Créer manuellement un nouveau membre :

Commencez ici ! Blog A propos Magic'Camp

Membre

[Liste des membres](#)

Pseudonyme
C'est celui-ci qui est montré au public

Nom

Email

Etat

en attente

Téléphone

Rue

Code postal

Pays

France

Date de naissance

Groupes du membre

Prénom

Raison sociale
Si vous n'êtes pas un particulier, le nom de votre entreprise ou société

Image de profil
Prenez une dimension minimale de 100px par 100px. (Sinon l'image sera étirée !)

Aucun fichier sélectionné.

Accès membre

- God
- Admin
- Modérateur
- Client
- Membre
- Alpha Tester
- WebDesigner
- Social Manager
- Utilisateur invité

Téléphone 2

Rue 2

Ville

Site web

Inscription aux mailings

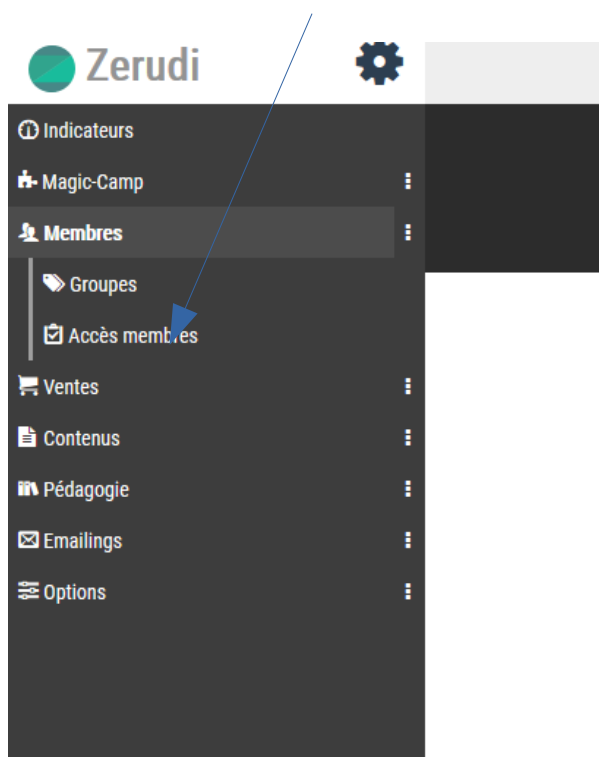
- Non
- Oui

Parfois, rarement, vous aurez à créer manuellement un membre : il faudra remplir ces zones. Dans

la partie « Etat », si vous indiquez « Actif », le membre recevra vos emails.

Créer un accès membre

Vous avez aussi la possibilité de créer un « Accès membres » :



Cette zone vous est utile quand il s'agit d'octroyer un accès manuel à une formation à quelqu'un que vous invitez ou qui vous a réglé autrement que par le site. Par exemple : une entreprise peut vous demander de lui créer un accès membre pour ses salariés. Cette entreprise ne vous paiera pas en ligne, donc l'accès membre devra être fait manuellement. Sinon, toute transaction en ligne déclenche automatiquement un accès membre. Voici ce que ça donne :

Liste des accès concernant "Magic-Camp"

Nouvel accès membre | Tous les accès | Accès actuels | Accès futurs | Accès passés

Filtrer par formation : Magic-Camp

Montrer : [10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500] éléments
0 élément(s) sélectionné(s) | Effacer la sélection | Inverser la sélection
Avec la sélection : - ne rien faire -

Accès (16 au total)

Membre	Date début	Date fin	Accès	Type	État
Gilbert BRIAND (Gilbert Briand) #76035	vendredi 17 août 2018	jamais	Magic-Camp formation	En plusieurs fois Prochaine échéance : dimanche 16 septembre 2018	Actuel
Anthonin (A) #76150	mardi 14 août 2018	jamais	Magic-Camp formation	Comptant	Actuel
Ri VI (B) 151	lundi 13 août 2018	jamais	Magic-Camp formation	En plusieurs fois Prochaine échéance : mercredi 12 septembre 2018	Actuel
Ri GI (R) 111	vendredi 10 août 2018	jamais	Magic-Camp formation	Comptant	Actuel
Er 163	vendredi 10 août 2018	jamais	Magic-Camp formation	En plusieurs fois Prochaine échéance : dimanche 16 septembre 2018	Actuel

Vous avez différents onglets qui vous permettent de gérer les différents accès, d'en créer etc. :

Accès membre

Lister les accès membres

Un accès membre n'implique pas forcément une vente.
Alors qu'une vente payée implique un accès membre.

Membre

Choisir un membre

Membre

Date de début à l'heure 20h29

Etat * Actuel

Quantité / Volume 1

Enregistrer

Accès à

Choisir un élément

Formation ou Module de formation

Date de fin (7 jours) Si la date de fin n'est pas indiquée, l'abonnement continuera indéfiniment à l'heure 20h29

Type * Comptant En plusieurs fois Abonnement

Vous choisissez un membre en tapant le début de son nom, de son email pour le faire apparaître, vous cliquez dessus pour le valider. Faites la même chose pour l'accès « Choisir un élément ». Définissez une date de début et de fin si nécessaire. Si vous ne remplissez pas ces champs, l'accès sera par défaut permanent. Définissez si c'est un état actuel, passé ou futur : dans la plupart des cas vous serez en état « actuel »

La zone VENTES

C'est dans cet espace que vous retrouvez toutes les transactions de votre site Zerudi :

Ventes concernant "Magic-Camp"

+ Nouvelle vente manuelle

Filtrer par formation : Magic-Camp

Montrer : [10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500] éléments

Ventes (26 au total)

Référence	Acheteur	Total	Restant	Paiement	Etat	Créé le	Payé le	Source
Il y a 3 résultats pour cette recherche... Annuler le filtrage								
Recherche avancée								
Référence	Acheteur				payé			
F18.08.10-00010	Ro (Ro)	#59911 197.00€	0.00€	paypal	payé	vendredi 10 août 2018 à 18h44	vendredi 10 août 2018 à 18h45	
F18.08.09-00008	Je (Je)	#6057 297.00€	0.00€	carte bancaire	payé	jeudi 9 août 2018 à 16h34	jeudi 9 août 2018 à 16h37	
F18.08.06-00007	Cé (Ci)	#75870 297.00€	0.00€	paypal	payé	lundi 6 août 2018 à 13h57	lundi 6 août 2018 à 13h58	

Vous retrouvez le numéro de la facture, le montant de la transaction, le mode de paiement, la date de la transaction. Vous avez aussi des options :

F18.08.10-00010

- Détails
- Rembourser
- Télécharger Facture
- Ajouter un paiement du solde
- Supprimer la vente (définitivement !)

Quand vous cliquez sur les barres horizontales, différentes actions vous sont proposées : rembourser en un clic, télécharger la facture, supprimer la vente et ajouter un paiement du solde.

Quand vous cliquez sur le petit œil, vous faites apparaître d'autres informations utiles :

Et notamment la parti paiements avec toujours des options : dans ces options vous pouvez notamment valider manuellement un paiement par chèque ou par virement bancaire.

Remarque : les paiements par CB, Paypal et prélèvement sont tous automatiques. Les paiements par chèque et virement bancaire demandent une validation manuelle.

Les bons de réduction :

Votre site Zerudi vous permet non seulement de créer des promotions (voir le chapitre 3 : Formations) mais aussi des bons de réduction :

Plusieurs options vous sont proposées. Vous pouvez ainsi définir des dates de début et de fin du bon de réduction, si le nombre est limité, à quelle formation est associé ce bon de réduction, s'il est conditionné à un montant d'achat, à une date d'inscription etc. Vous pouvez les paramétrer en euros ou en %.

Les partenaires

Ce que vous connaissez peut-être sous l'appellation « affiliation » est désigné sur Zerudi « Partenariat ». C'est ici que vous désignez vos partenaires :

The screenshot shows the 'Partenaires' (Partners) management page. At the top, there is a navigation bar with the logo 'UN MONDE Magique' and links for 'Commencez ici !', 'Blog', 'A propos', and 'Magic'Camp'. Below the navigation bar, the title 'Partenaires' is displayed. A toolbar contains buttons for 'Liens partenaire', 'Visites', 'Primes par défaut', 'Définir les pages utiles', and '+ Nouveau partenaire'. A pagination indicator shows 'Montrer : [10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500] éléments'. The main content area shows a table with the following columns: 'Nom', 'visites', 'visiteurs', 'membres', 'générées', 'gelées', 'payées', 'Dernière Cx', and 'Inscription au programme'. The table contains one entry with the following data:

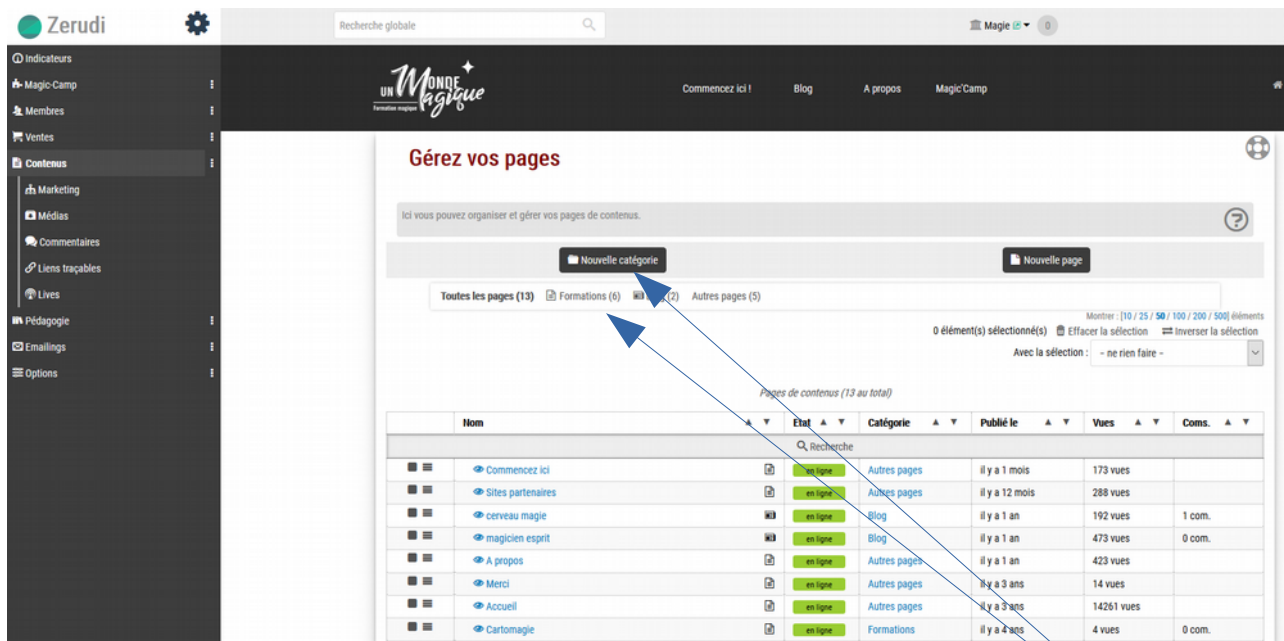
Nom	visites	visiteurs	membres	générées	gelées	payées	Dernière Cx	Inscription au programme
Je pi Vi Ca Va	0	0	0	0.00€	0.00€	0.00€	mardi 24 juillet 2018 à 11h05	dimanche 26 août 2018 à 20h35

Notre solution est à la fois souple et puissante puisque :

- vous pouvez définir une commission générale par formation pour tout le monde
- et/ou définir précisément pour tel partenaire le montant de sa commission. En effet, vous pourriez privilégier un ou plusieurs partenaires en fonction de leur notoriété, mailing list etc.
- vous définissez le montant de la commission en euros ou en %
- le partenaire peut paramétrer et définir lui-même ses liens de partenariat

La zone CONTENUS

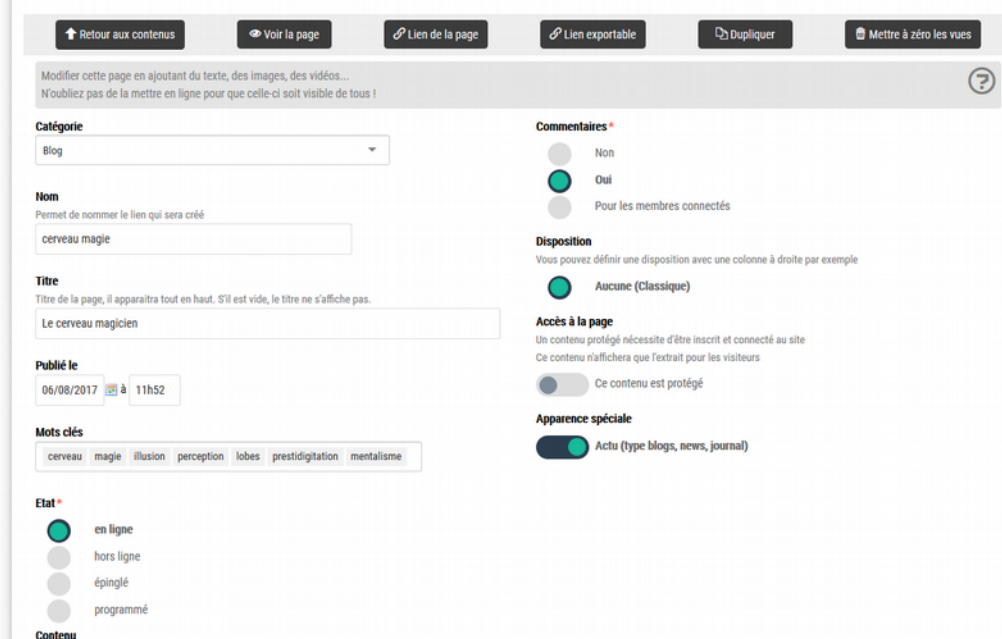
Cette zone est évidemment très importante puisqu'elle vous permet de créer toutes vos pages de communication et marketing :



Vous y retrouvez le listing de toutes vos pages que vous pouvez aussi afficher par catégories. Vous avez accès au nombre de vues, s'il y a des commentaires ou pas.

Comment créer une page

Quand vous cliquez sur « Nouvelle page », voici ce que vous obtenez :



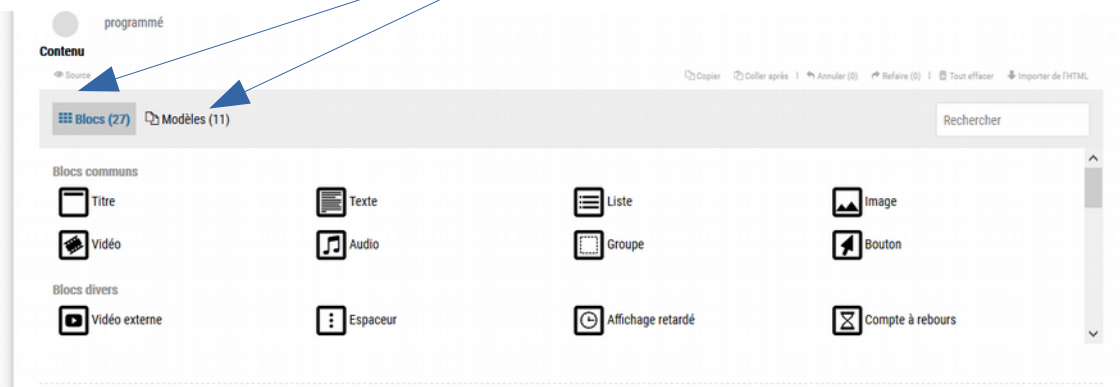
Vous pouvez renseigner la catégorie de la page, le nom de la page qui permet de créer le lien, le titre de votre page qui sera affiché dans le contenu, la date de publication que vous pouvez programmer, les mots clés pour favoriser le référencement, son état (« épinglé » signifie que votre page sera toujours mise en avant), si vous autorisez les commentaires ou pas.

Le contenu peut être protégé et réservé aux personnes inscrites et connectées et prendre l'allure d'un billet de blog.

Une page qui possède une apparence « spéciale » permet d'afficher votre signature dans l'extrait :

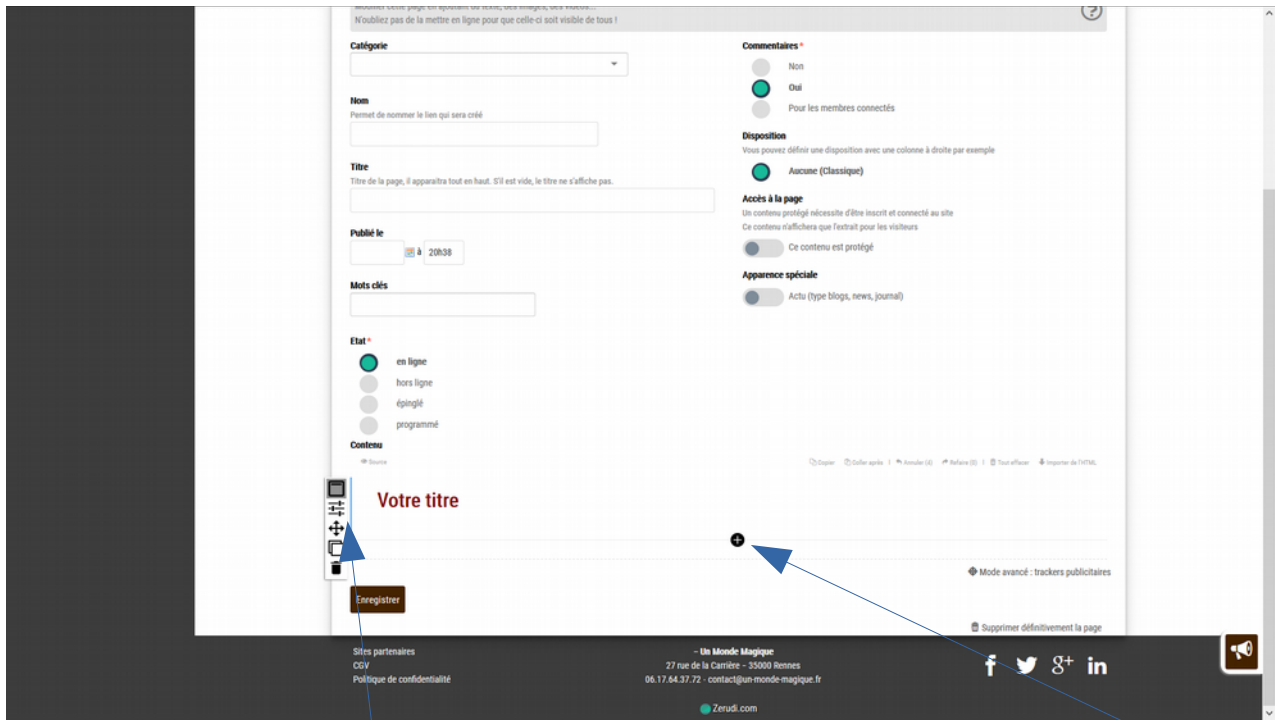


Pour créer une page, vous utilisez l'éditeur de contenu :

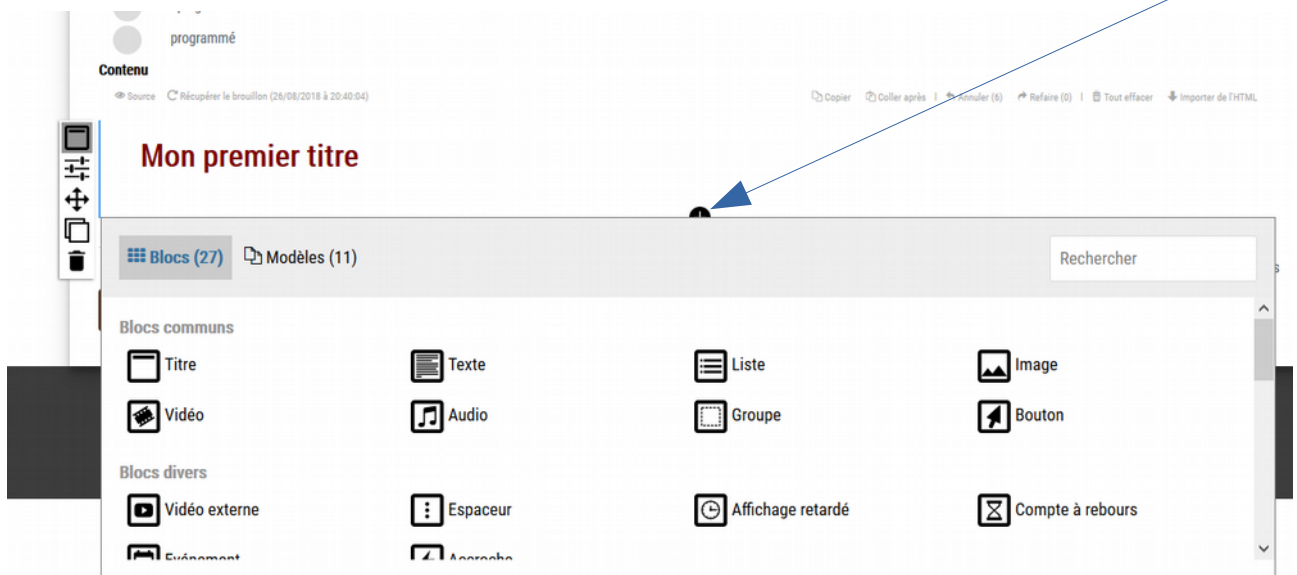


Cliquez sur « Blocs » pour faire apparaître les différents blocs qui constituent une page : un titre, du texte, des puces, des images etc. Pour les modèles, voyez la section correspondante dans le chapitre 9.

Chaque bloc possède des options et vous pouvez agencer et créer votre page comme bon vous semble :



Sur le côté, retrouvez les options de tous les blocs et ajoutez-en de nouveaux en cliquant sur le + .



Vous faites apparaître ainsi de nouveaux blocs les uns à la suite des autres que vous pouvez supprimer, dupliquer ou déplacer.



Créer les pages marketing et les organiser en scénario

Vous avez peut-être déjà entendu parler d'entonnoir ou de tunnel de vente. Sur Zerudi on préfère parler de scénario marketing. Pourquoi ? Parce que comme pour un film, vous devez imaginer les pages dont vous avez besoin pour déclencher les ventes et en faire un scénario huilé pour que ça fonctionne.

Sur Zerudi, nous ne vous proposons pas de template : on préfère vous enseigner le webmarketing.

Vous avez certainement vu des pages de capture qui se ressemblent avec une image de fond, un autorépondeur et une invitation à s'inscrire.

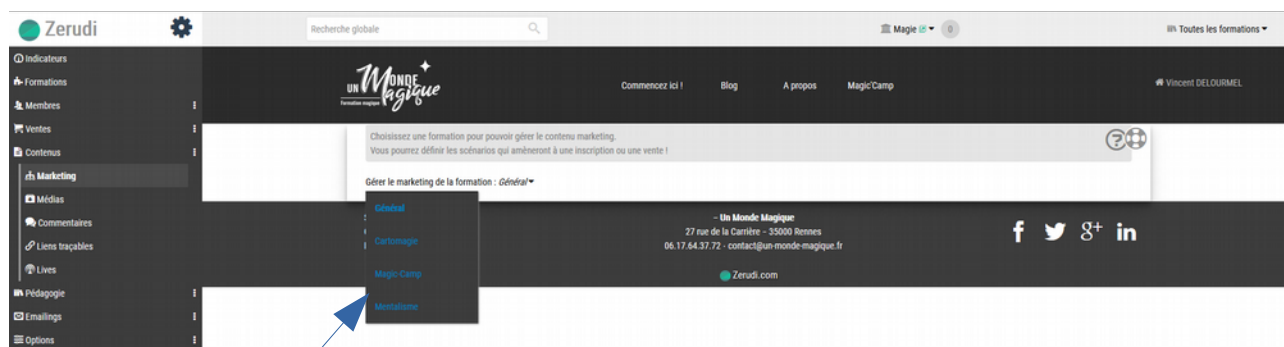
Nous préférons vous expliquer comment construire vos pages marketing afin que vous puissiez vous les approprier et ne pas vous imposer un style qui ressemblerait à tout ce qui existe déjà.

Sur Zerudi, nous sommes très sensibles à l'identité propre de chacun. C'est pourquoi il nous paraît primordial que vous construisiez votre propre univers. Vous verrez que nous avons créé pour vous une fonction « création de modèle » afin de recréer rapidement des pages que vous avez créées et qui fonctionnent.

Imaginons que votre scénario consiste à :

- capturer l'email d'un prospect
- pour ensuite l'envoyer sur une page « d'atterrissage » : là où le prospect peut bénéficier de ce pour quoi il s'est inscrit
- puis une page de vente
- et un bon de commande

Dans ce cas là, votre scénario comporte 4 pages que vous devez créer et ensuite assembler. Voici comment ça marche. En cliquant sur le lien Marketing, vous arrivez ici :



Survolez « Général » et faites apparaître vos différentes formations. Sélectionnez celle pour laquelle vous désirez créer un scénario marketing. Vous arrivez sur cette page :

Gestion marketing

+ Ajouter un scénario

Pages marketing

Comparatifs



Les scénarii marketing vous permettent de gérer le flux des visiteurs et de les amener là où vous voulez.
Gérez plusieurs scénarios pour des objectifs différents (exemples : vente de la formation, d'un module, d'une offre annexe, ...)

Scénarii par défaut

Par défaut, les internautes allant sur "https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/" arrivent sur :

La page d'accueil

Par défaut, les internautes visitant la pédagogie sans y avoir accès sont redirigés vers : Un simple formulaire d'inscription

Scénarii marketing

Scénarii (2)

	Nom du scénario ▲ ▼	Nb de pages	Etat ▲ ▼	Lien direct du scénario
Recherche				
	Le Magic Camp	2	actif	m-Le_Magic_Camp →
	Magic-camp	4	actif	m-Magic_camp →

Pages marketing

+ Nouvelle page marketing

Recherche rapide

Tous Sans libellé Atterrissage Magic Camp Magie rapprochée Mentalisme

The image shows a grid of seven marketing page thumbnails. Each thumbnail includes a small image or screenshot of the page, a title, and a shopping cart icon. The titles are: 'Devinez explication', 'devinez', 'Commande Magic-camp', 'commande_cartomagie', 'commande-mentalisme1', 'commande_neverseen', and 'commande gobelets'. Above the grid is a search bar and a filter menu with categories: 'Tous', 'Sans libellé', 'Atterrissage', 'Magic Camp', 'Magie rapprochée', and 'Mentalisme'. A blue arrow points from the 'actif' status in the table above to the '+ Nouvelle page marketing' button, and another blue arrow points from the 'commande-mentalisme1' thumbnail to the 'actif' status in the table.

C'est dans cet espace que vous créez en premier vos différentes pages marketing. Puis que vous les assemblez en scénario.

Quand vous cliquez sur « Ajouter un scénario », vous arrivez dans cet espace :

Magic-camp

↑ Revenir à la Gestion marketing

🔗 Lien vers la page

📄 Dupliquer

Nom du scénario

Magic-camp

Etat*

brouillon

actif

archivé

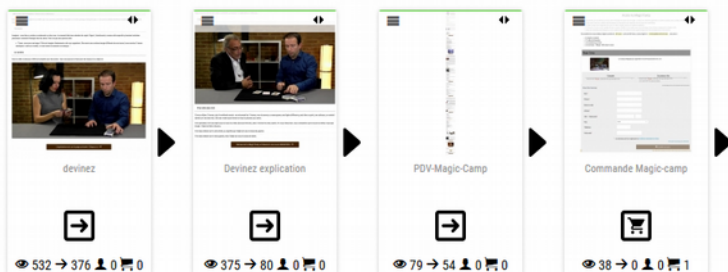
Enregistrer

Séquence des pages marketings

Visiteurs

? Les visiteurs déroulent cette séquence de pages.

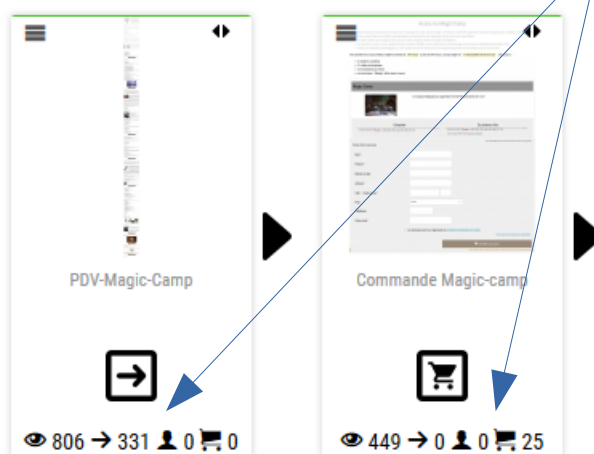
Ajouter une page marketing



Vous donnez un nom à votre scénario, vous le rendez actif et vous l'enregistrez. La zone « Séquence des pages marketings » apparaît. Il vous suffit d'ajouter les pages marketing les unes après les autres pour construire votre scénario.

Ici dans notre exemple, la page « Devinez » est la page qui montre un tour de magie, la page « Devinez explication » est celle qui révèle l'astuce. Un bouton automatique propose d'aller sur la page « PDV Magic-Camp » qui est la page de vente. Le bouton automatique de cette page renvoie vers le bon de commande « Commande Magic-camp ».

Remarque : les scénarios marketing sur Zerudi vous donnent plein de statistiques :



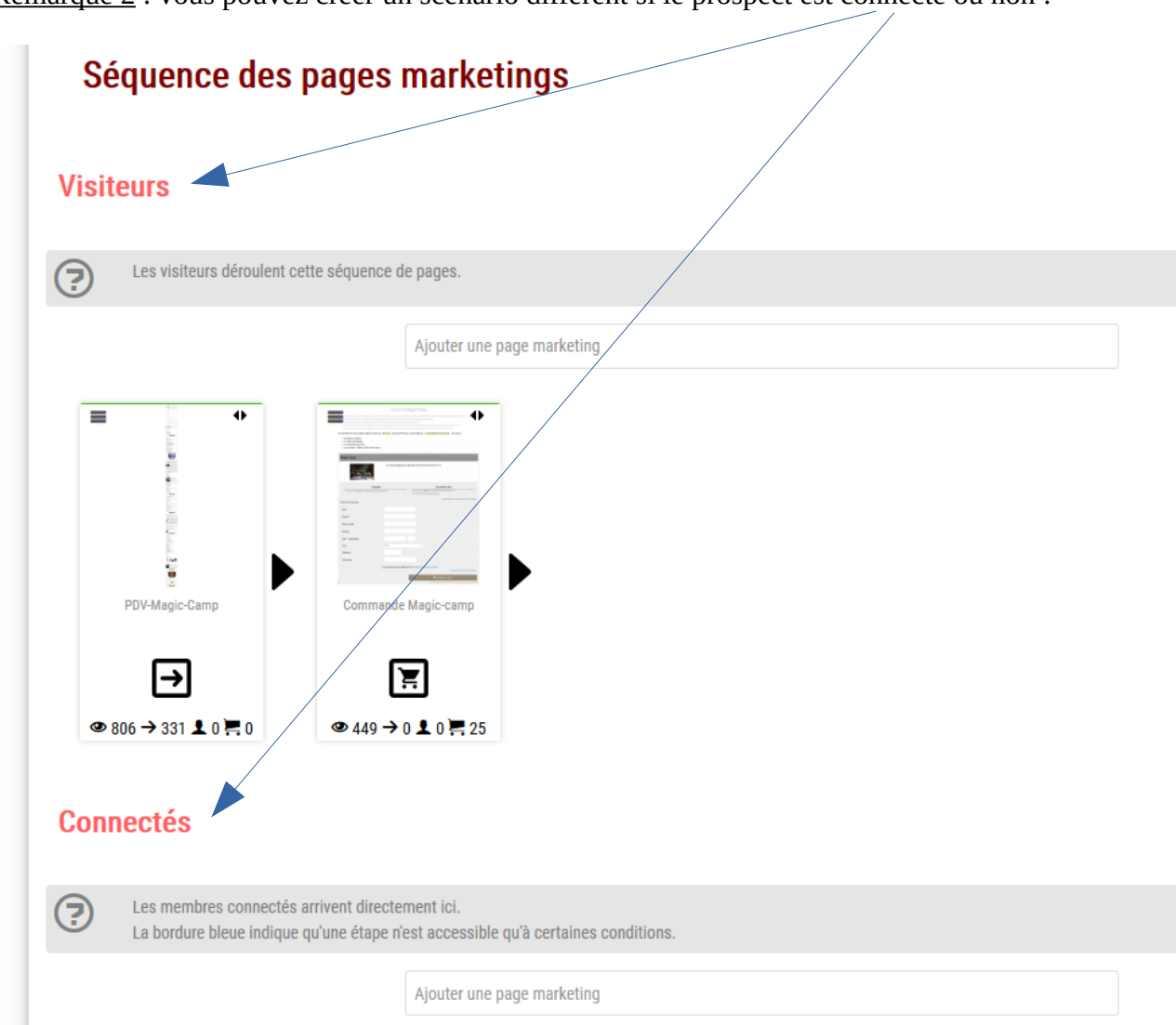
Le petit œil où il est indiqué 806 signifie que la page a été vue 806 fois. Sur ces 806 vues, 331 personnes ont cliqué sur le bouton pour passer à l'étape suivante.

La page suivante nous révèle qu'elle a été vue 449 fois : sur les 331 personnes, certaines ont cliqué plusieurs fois. Au total 25 personnes ont commandé. Ce qui nous permet de déduire que nous avons fait 25 ventes sur 806 vues, soit 3,1 % de conversion.

Ces statistiques vous permettent d'améliorer votre processus et d'agir sur ce qui vous paraît faible. Ainsi, 25 ventes sur 331 personnes qui ont cliqué pour arriver sur le bon de commande, ça nous donne 13,24 % de conversion, ce qui est pas mal. Mais probablement qu'en améliorant le bon de commande, on obtiendrait plus.

De la même façon, 331 personnes sur 806 ont cliqué sur le bouton de la page de vente vers la page de commande. On pourrait améliorer aussi notre page de vente.

Remarque 2 : vous pouvez créer un scénario différent si le prospect est connecté ou non :



Ainsi vous pourriez rajouter une page de capture pour les visiteurs mais pas pour les membres connectés. Votre site Zerudi détecterait automatiquement à qui il a affaire et le dirigerait vers le bon scénario.

Les comparatifs marketing

Vous pourriez être tenté(e) de tester un scénario contre un autre ou plusieurs entre eux. Nous avons prévu à cet effet une fonction « Comparatifs » :

Gestion marketing

+ Ajouter un scénario Pages marketing **Comparatifs**

Les scénarii marketing vous permettent de gérer le flux des visiteurs et de les amener là où vous voulez.
Gérez plusieurs scénarios pour des objectifs différents (exemples : vente de la formation, d'un module, d'une offre annexe, ...)

Scénarii par défaut

Par défaut, les internautes allant sur "https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/" arrivent sur :
La page d'accueil Enregistrer

Par défaut, les internautes visitant la pédagogie sans y avoir accès sont redirigés vers :
Un simple formulaire d'inscription Enregistrer

Scénarii marketing

Scénarii (2)

Nom du scénario	Nb de pages	Etat	Lien direct du scénario
Le Magic Camp	2	actif	m-Le_Magic_Camp
Magic-camp	4	actif	m-Magic_camp

Quand vous cliquez dessus, voici ce qui apparaît :

Nouveau comparatif

Revenir à la Gestion marketing

Le split test choisira aléatoirement un scénario.
Le nombre d'inscriptions et des achats sera suivi pour permettre de définir le scénario le plus intéressant.

Nom du comparatif
Test Magic-Camp

Objectif du comparatif *
Indiquer ce que vous voulez comparer et optimiser

Les inscrits
 Les acheteurs

Conditions de fin de la comparaison

Dès qu'une des conditions ci-dessous est atteinte, le comparatif sera terminé.

Date de fin 28/08/2018	Nombre de vue total 0	Nombre d'inscription 0	Nombre d'achat 10
----------------------------------	---------------------------------	----------------------------------	-----------------------------

A la fin du comparatif : *

Continuer à proposer un scénario au hasard
 N'utiliser que le scénario le plus optimal

Enregistrer

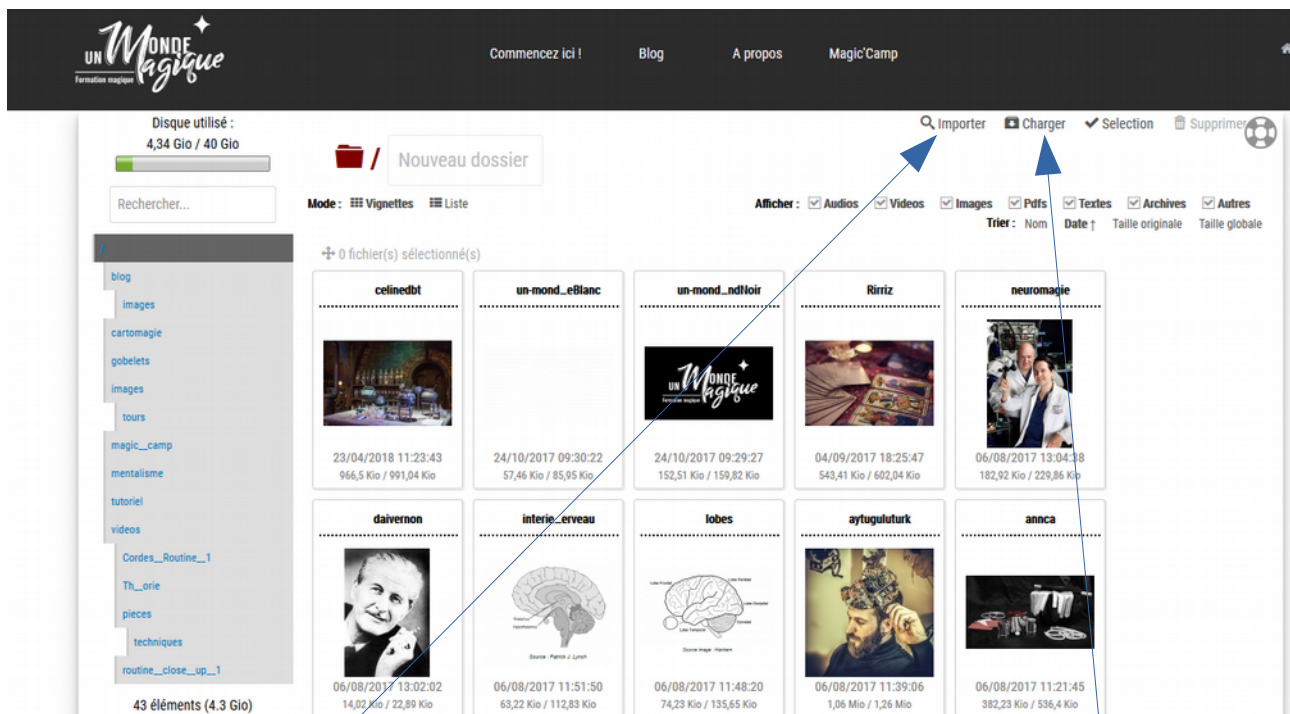
Indiquez le nom du comparatif, l'objectif et les conditions. Les conditions vous permettent de définir ce que vous voulez comparer et sur combien de temps.

Dans mon exemple, je crée un comparatif sur 10 achats : à la fin du comparatif, votre site Zerudi ne retient que le scénario le plus optimal, celui qui a fait le plus de ventes.

La gestion de vos médias

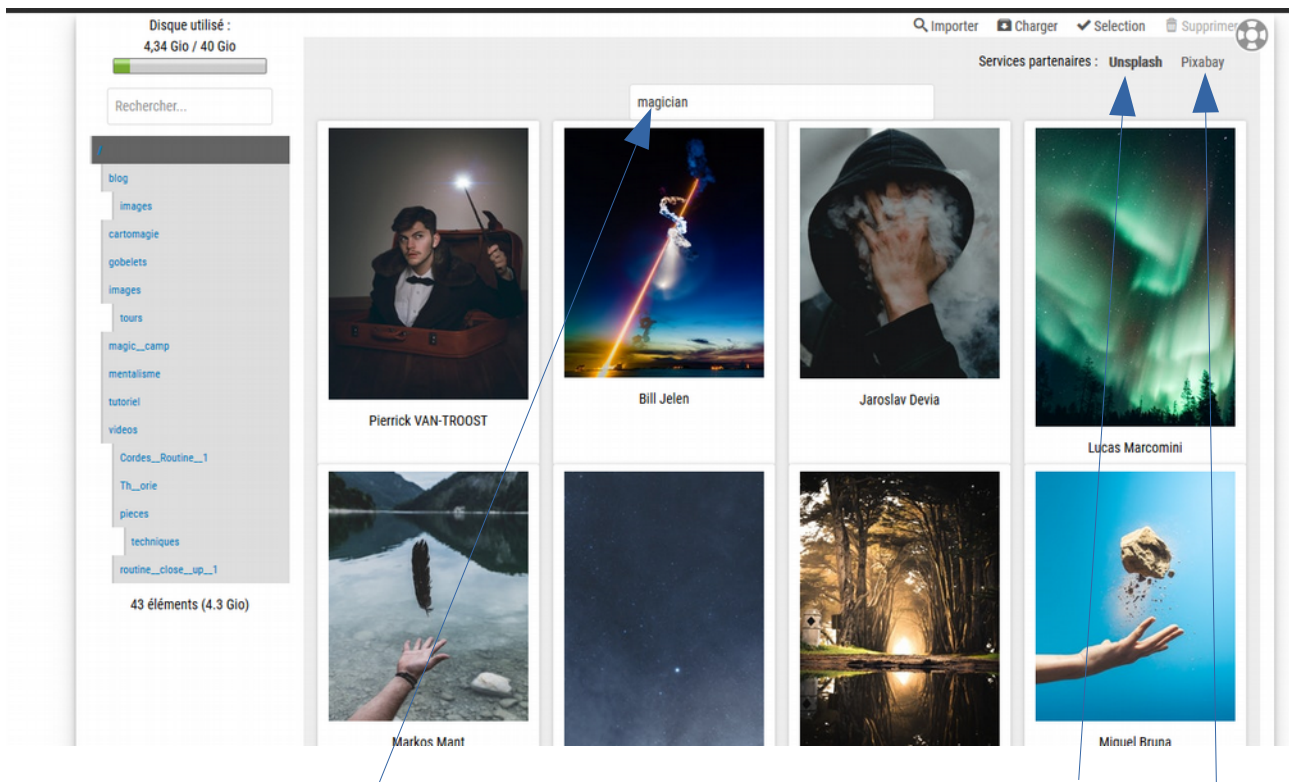
Vous pouvez bien évidemment importer différents médias sur votre site Zerudi :

- des images
- des vidéos
- des audios
- des PDF
- bref n'importe quel document



Vous pouvez importer des images de deux partenaires d'images libres de droit. Ou charger des médias de votre ordinateur.

Pour vous éviter d'avoir à chercher des images sur Google qui, souvent, ne sont pas libres de droit, nous avons intégré les banques d'images de Unsplash et Pixabay :



Il vous suffit de taper un mot clé (de préférence en anglais) puis de cliquer sur Unsplash ou Pixabay pour découvrir leurs propositions. Vous captez ainsi légalement des images professionnelles pour votre site. Ces images sont automatiquement attribuées à leur auteur.

Créer des liens traçables

Une des grandes forces de votre site Zerudi, c'est ce qu'on appelle l'*automation*. Nous avons créé pour vous une solution complète vous permettant de qualifier rapidement et automatiquement l'intérêt de vos visiteurs, prospects et clients.

Le principe consiste à transformer les liens de votre site Zerudi en lien traçable. Par exemple, imaginons que vous envoyiez un mail à vos prospects pour leur faire découvrir votre nouveau billet de blog. Admettons que ce billet de blog soit sur les poissons rouges. Transformez le lien de la page de blog en lien traçable et intégrez-le dans votre email.

Toutes les personnes qui cliqueront sur ce lien seront automatiquement intégrés dans un groupe « intéressés par les poissons rouges ». Imaginons maintenant que sur ce même billet de blog vous intégrez un lien vers une page de vente sur les poissons rouges. Ce lien serait également un lien traçable. Vous pourriez ainsi repérer les prospects les plus chauds : celles et ceux qui ont cliqué et sur le lien du mail vers la page de blog et celles et ceux qui ont cliqué vers la page de vente.

C'est aussi une excellente façon de mesurer l'intérêt de votre audience pour tel ou tel sujet.

A terme, cette technologie vous permet de segmenter à l'extrême votre liste d'emails. De créer des segments de segments de segments etc. De façon à cibler précisément les besoins et intérêts des internautes. Et si vous couplez tout ça avec les fonctions automatiques d'emails de votre site de Zerudi, nous vous laissons imaginer toute la puissance de notre solution.

Voici comment ça marche. Cliquez sur « Liens traçables » :

The screenshot shows the 'Liens traçables' (Trackable Links) dashboard. At the top, there is a navigation bar with the logo 'UN MONDE magique' and links for 'Commencez ici !', 'Blog', 'A propos', and 'Magic Camp'. Below the navigation bar, the title 'Liens traçables' is displayed. A button '+ Ajouter un lien traçable' is visible. A help icon and a text box explain that trackable links allow for qualifying and measuring member engagement. There are filter tabs for 'Tous', 'Sans libellé', 'Congres', 'Gobelets', 'Inscriptions', 'Magic camp', 'Mentalisme', and 'Scapin'. A 'Montrer' dropdown shows '10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500' elements. The main content is a table with 19 items. The table has columns: Nom, Libellé, Redirection, Groupes, Nb Clics, Dernier clic, and Création. A search bar 'Recherche' is located above the table. A blue arrow points from the 'Ajouter un lien traçable' button to the 'Ajouter un lien traçable' button in the second image.

Nom	Libellé	Redirection	Groupes	Nb Clics	Dernier clic	Création
LeMagicCamp	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_Camp	Magic Camp Club de Magie	341	il y a 3 jours	jeudi 9 août 2018 à 08h41
magic-camp-12	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_camp	Magic camp 12 fois	123	il y a 4 minutes	samedi 4 août 2018 à 23h21
promo-magic-camp	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_camp	promo magic camp	31	il y a 2 semaines	jeudi 2 août 2018 à 14h00
cadeau-magic-camp	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_camp	cadeau magic camp	512	il y a 32 minutes	jeudi 2 août 2018 à 13h48
Le-MagicCamp	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_Camp	Magic-Camp Twitter	11	il y a 3 semaines	mardi 31 juillet 2018 à 10h22
MagicCamp	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_Camp	Magic-Camp Facebook	202	il y a 4 heures	mardi 31 juillet 2018 à 10h20
le-magic-camp	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_Camp	Magic-Camp LinkedIn	41	il y a 1 semaine	mardi 31 juillet 2018 à 10h16
magic-camp	Magic camp	un-monde-magique.fr/... Magic_Camp	magic camp	73	il y a 2 jours	lundi 30 juillet 2018 à 21h27
commencez-ici	Magic camp	un-monde-magique.fr/... mencez_ici	Débutants	121	il y a 22 heures	jeudi 19 juillet 2018 à 17h01
scapin	Scapin	www.kisskissbankbank... ces-scapin	scapin	23	il y a 9 mois	dimanche 3 décembre 2017 à 18h23

Vous retrouvez la liste complète de vos différents liens traçables avec toutes les infos qui vous intéressent. Cliquez sur « Ajouter un lien traçable » :

The screenshot shows the 'Ajouter un lien traçable' (Add Trackable Link) form. At the top, there is a button 'Retour à la liste des liens'. The form has several sections:

- Nom du lien ***: A text input field containing 'LeMagicCamp'. Below it, a note says 'Vous pouvez mettre un terme unique qui a du sens. Par défaut, il s'agit d'un identifiant numérique.'
- Note sur ce lien**: A text area with the placeholder 'Lien Club de Magie'. Below it, a note says '6 mois plus tard vous serez content de savoir pourquoi vous avez créé ce lien !'
- Libellé**: A dropdown menu with 'Magic camp' selected. Below it, a note says 'Cela vous permet d'organiser vos multiples liens traçables.'
- Url de redirection ***: A text input field containing 'https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/m-Le_Magic_Camp'.
- Groupes**: A text input field containing 'Magic Camp Club de Magie'.
- At the bottom, there is an 'Enregistrer' (Save) button.

Créez le nom de votre lien : ici je l'ai appelé « LeMagicCamp ». Indiquez quelques notes sur ce lien pour vous rappeler à quoi il est destiné. Indiquez un libellé : les libellés vous permettent de retrouver rapidement vos liens traçables en fonction de leur nature. Ici, il s'agit d'un lien traçable concernant le Magic'Camp. Puis, indiquez le lien exact vers lequel votre lien traçable dirigera l'internaute. Finalement, indiquez dans quel groupe vous souhaitez stocker les personnes qui cliquent sur le lien traçable.

Par exemple, ici j'ai indiqué le groupe « Magic Camp Club de Magie ». Le lien traçable a été envoyé à tous mes prospects d'un vieux site, club-de-magie.com, afin de repérer tous ceux qui sont intéressés par la Magic Camp et qui s'inscrivent pour accéder au premier tour gratuit. Cette façon de faire me permet d'envoyer un email précis et sur mesure à cette catégorie de prospects afin de les inciter à acheter.

Créer et animer un webinaire

Sur Zerudi, nous avons fait le choix d'un outil gratuit et très puissant : OBS studio. Vous devez donc dans un premier temps vous rendre sur le site de OBS Studio : <https://obsproject.com/> . Téléchargez l'application et formez-vous ici : <https://youtu.be/hC7fYRFJmMQ> : l'auteur vous propose plusieurs tutos sur le sujet.

Prenez vraiment le temps de vous familiariser avec cet outil, il est plutôt simple et, surtout, très performant ! Vous avez, avec OBS, un véritable studio d'enregistrement et de production vidéo en live à votre disposition ! C'est bien plus puissant que votre simple webcam par exemple. Sur Zerudi, dans les faits, nous importons le flux créé par OBS sur une page que vous avez créée. Quand vous cliquez sur « Live » dans votre menu, vous arrivez ici :

UN MONDE magique
Formation magique

Commencez ici ! Blog A propos Magic'Camp

Lives

+ Nouveau live Calcul de votre vitesse optimale d'upload

Montrer : [10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500] éléments

lives (0 au total)

Titre	Diffusion	Début	Fin	Etat	Taille
Recherche					

Une fois le live créé, vous pouvez diffuser via le logiciel sur ordinateur de bureau (OBS) ou votre mobile (par exemple RTMP Camera) en utilisant l'adresse indiquée dans la colonne "diffusion".

Aide pour OBS

- Télécharger la [dernière version de OBS Studio](#)
- Installer et ouvrir le logiciel
- Aller dans paramètres
- Régler "type de diffusion" sur "Serveur de stream perso"
- Dans URL, coller l'adresse de diffusion indiquée par Zerudi
- Dans Clé de stream, y coller la clé indiquée par Zerudi (exemple : k73a1c)
- Dans Sortie (toujours dans paramètres) on va mettre : "Débit vidéo : 512" "Débit audio : 64". Cela permet de limiter le volume de données que l'on va envoyer depuis sa connexion.
- Dans Vidéo (toujours dans paramètres) on va mettre : "Résolution de sortie (mise à l'échelle)" : 1280x720
- On valide les paramètres
- On gère les scènes que l'on utilisera. On ajoute des Sources (+) : webcam, vidéo, images, etc...
De nombreux tutoriaux existent sur Youtube. (un exemple pour [comprendre les scènes](#))
- On peut ensuite commencer le streaming avec... "Commencer le streaming"

Cliquez ici pour créer un nouveau webinaire. Vous avez ici les éléments pour paramétrer OBS, et ici

vous pouvez calculer la vitesse optimale d'upload : c'est-à-dire ce que votre connexion vous permet. Quand vous cliquez sur « Nouveau live », vous arrivez ici :

The screenshot shows the 'Live' creation interface. At the top, there's a dark navigation bar with the logo 'UN MONDE MAGIQUE' and links for 'Commencez ici !', 'Blog', 'A propos', and 'Magic'Camp'. The main content area is titled 'Live' and features a '+ Lister les lives' button and a 'Calcul de votre vitesse optimale d'upload' button. Below these are input fields for 'Titre*' and 'Description'. The 'Description' field includes a 'Source' icon and a toolbar with 'Copier', 'Coller après', 'Annuler (0)', 'Refaire (0)', 'Tout effacer', and 'Importer de l'HTML'. A bar below the description shows 'Blocs (27)' and 'Modèles (11)'. The interface then presents several configuration options, each with a radio button: 'Le live est accessible' (selected: 'Aux Connectés seulement'), 'Activer le chat*' (selected: 'Aux Connectés seulement'), 'Montrer la liste des participants*' (selected: 'Oui'), and 'Activer l'enregistrement du live*' (selected: 'Oui'). An 'Enregistrer' button is located at the bottom of the form.

Il s'agit juste d'un espace où vous créez une page avec des droits. Vous retrouvez donc les différents blocs et des options. Créez votre page, définissez si le live est accessible, si vous activez ou non le Chat, si vous montrez la liste des participants et si vous enregistrez votre webinaire.

Remarque : si vous enregistrez votre webinaire, celui-ci sera immédiatement disponible après le direct.

Un webinaire vous permet d'interagir avec votre public en direct... ou presque : dans les faits, parce qu'il faut que les données soient traitées, il y a toujours un décalage qui peut varier de 20 secondes à 40 secondes, rarement plus. Il faut apprendre à gérer ça, notamment quand on pose des questions à l'audience. Ne vous attendez pas à avoir des réponses immédiates, mais bien 20 à 40 secondes plus tard.

Par ailleurs, toujours dans le cas du webinaire, vous êtes seul à interagir et vous ne pouvez pas inviter d'autres personnes à s'exprimer en vidéo. Le public interagit via le système de Chat intégré.

Quand vous avez créé votre live, et que vous l'avez enregistré, cliquez sur « Lister les lives ». Vous arrivez ici :

Titre	Diffusion	Début	Fin	Etat	Taille
Comment réussir un tour de cartes	rtmp://live.zerudi.com/hlsrec/12901e			En attente	0 octets

Vous retrouvez le nom de votre live, son adresse et son statut. Sur OBS, dans les paramètres, vous avez juste à renseigner la clé du live. Ici, en l'occurrence : 12901e
Il vous suffit désormais de lancer votre live depuis OBS et automatiquement sur Zerudi les gens verront ça :

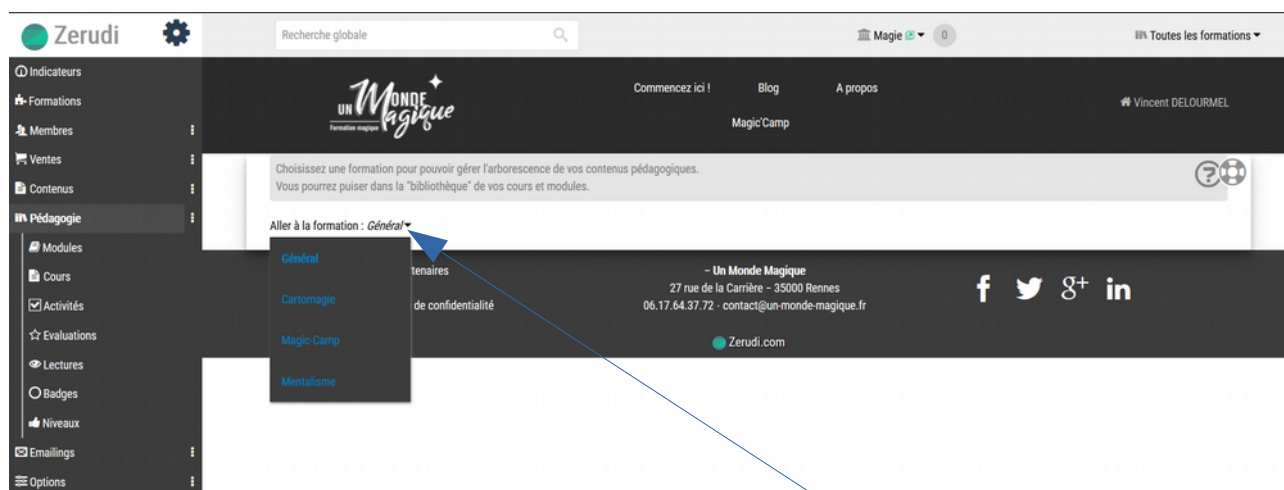
Comment favoriser l'apprentissage d'une langue ? Par quoi commencer ? Quelles sont les pièges à éviter ? Je vous réponds au cours de ce live !

Vous serez en direct ici et dans le Chat les gens s'expriment. Vous retrouvez ici la liste des participants que vous pouvez ou pas montrer.

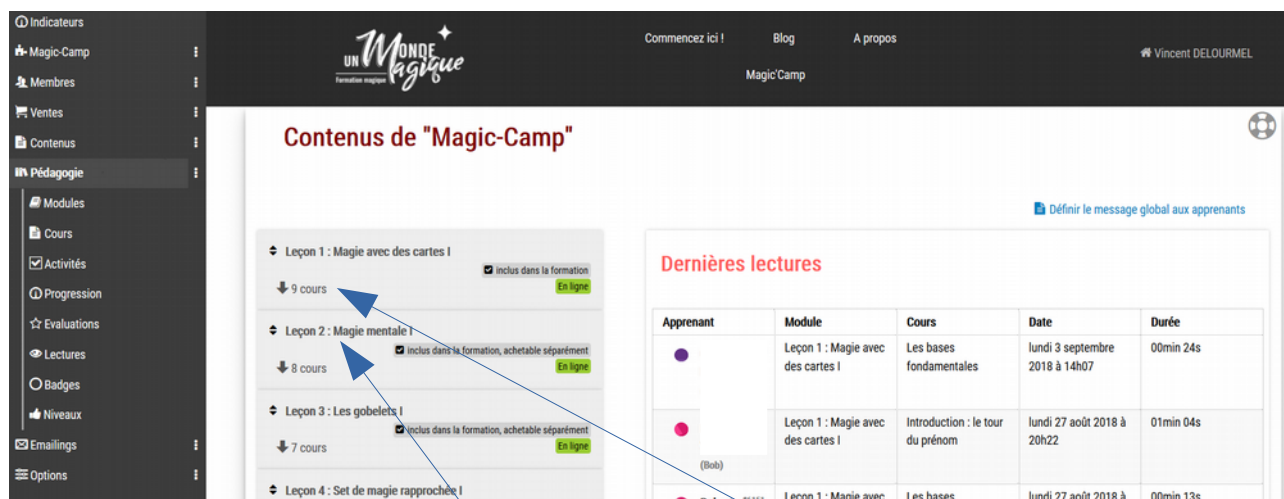
La zone PEDAGOGIE

La plupart des concurrents de Zerudi se contentent de vous proposer une zone « protégée » où vous pouvez héberger du contenu privé. En l'espèce, il s'agit d'un espace réservé à l'internaute qui achète. Sur Zerudi, nous prenons très au sérieux la notion d'enseignement. Nous souhaitons offrir à votre client la meilleure expérience possible. Et l'engager dans sa démarche d'apprentissage : c'est pourquoi nous mettons un point d'honneur à développer cet espace, notamment en favorisant de plus en plus ce qu'on appelle la gamification.

Quand vous cliquez sur « Pédagogie », vous arrivez sur cette page :



Survolez « Général » pour faire apparaître vos différents espaces de formation. Choisissez un de ces espaces et voici ce qui apparaît :



A gauche : vous avez vos différents modules et le nombres de cours qui composent ce module et à droite vous avez les dernières lectures des apprenants.

Remarque : la capture d'écran ci-dessus vous montre un projet déjà en place. Il se peut que vous n'ayez à ce stade aucun contenu, ni aucune lecture.

Comment créer un contenu pédagogique ?

Les contenus pédagogiques sur Zerudi sont hiérarchisés de cette façon :

- un espace formation abrite un ou plusieurs modules
- un module abrite un ou plusieurs cours

Commencez par créer vos différents modules :

The screenshot shows the Zerudi interface. On the left, there is a list of modules: Leçon 8 : Magie avec des cartes II (7 cours), Leçon 9 : Magie imprévue I (3 cours), Leçon 10 : Magie de scène : les anneaux chinois (0 cours), Leçon 11 : Magie pour les enfants I (0 cours), and Leçon 12 : Magie avec du papier I (0 cours). Each module has a checkbox for 'inclus dans la formation, achat séparé' and a link 'En ligne'. A dropdown menu is open over the 'Ajouter ce module' button, listing options: 'Choisir ou créer un nouveau module', 'Les gobelets', 'Cartomagie, niveau III', 'Cartomagie, niveau IV', 'Les cordes', and 'Les pièces'. A blue arrow points to the 'Ajouter ce module' button. On the right, there is a table of lessons with columns for lesson title, bonus, date, and duration. The table contains several rows for 'Leçon 1 : Magie avec des cartes I' with various dates and durations. At the bottom, there is a footer with contact information for 'Un Monde Magique' and social media icons.

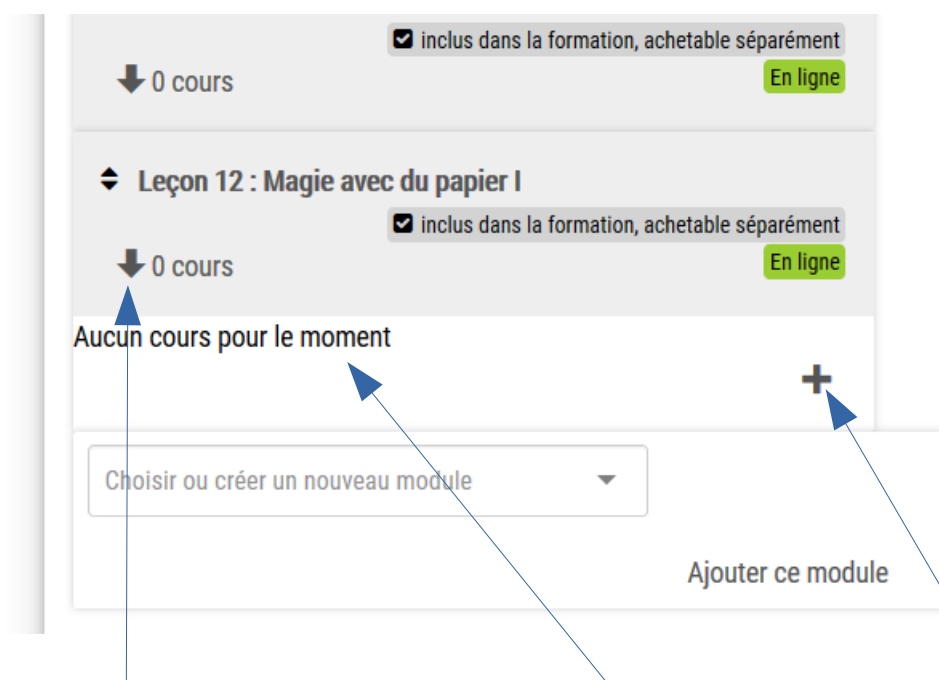
Cliquez dans la zone « Ajouter ce module » pour donner un titre à votre premier module.

The screenshot shows the Zerudi interface. On the left, there is a list of modules: Leçon 8 : Magie avec des cartes II (7 cours), Leçon 9 : Magie imprévue I (3 cours), Leçon 10 : Magie de scène : les anneaux chinois (0 cours), Leçon 11 : Magie pour les enfants I (0 cours), and Leçon 12 : Magie avec du papier I (0 cours). Each module has a checkbox for 'inclus dans la formation, achat séparé' and a link 'En ligne'. A dropdown menu is open over the 'Ajouter ce module' button, listing options: 'Nouvelle leçon', 'Ajouter Nouvelle leçon...', and 'Nouvelle leçon'. A blue arrow points to the 'Ajouter ce module' button. On the right, there is a table of lessons with columns for lesson title, bonus, date, and duration. The table contains several rows for 'Leçon 1 : Magie avec des cartes I' with various dates and durations. At the bottom, there is a footer with contact information for 'Un Monde Magique' and social media icons.

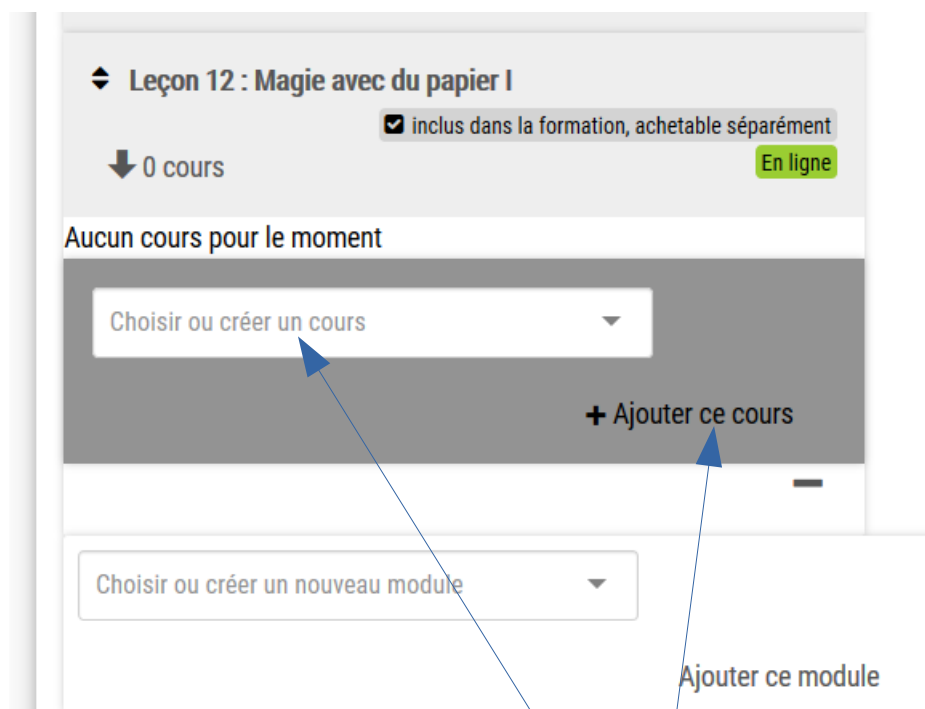
Validez le titre de ce module en cliquant dessus puis « Ajouter ce module ». Vous pourrez déplacer à votre guise ces différents modules avec votre souris si vous souhaitez réorganiser l'ordre. Il n'est donc pas utile de définir précisément à ce stade la hiérarchie exacte de votre enseignement : à tout

moment vous pouvez tout réorganiser avec votre souris.

Une fois vos modules créés, vous pouvez créer des cours à l'intérieur de ces modules. Le fonctionnement est similaire à celui des modules :



Cliquez sur la flèche du bas pour faire apparaître la zone correspondante puis sur le +. Voici ce qui apparaît :



Comme pour la création d'un module, il vous suffit de remplir le champ « Choisir ou créer un cours », de cliquer dessus puis de cliquer sur « Ajouter ce cours ».

Vous créez de cette façon autant de cours qui constituent votre module et vous obtenez ça :



The screenshot displays a course management interface. At the top, a module titled "Leçon 1 : Magie avec des cartes I" is shown with a dropdown arrow on the left and a checkbox labeled "inclus dans la formation" which is checked. Below the module title, it indicates "9 cours" with a downward arrow and a green button labeled "En ligne". The module content is listed in a table-like structure with a grey background:

Cours	Statut
Les bases fondamentales	En ligne
Introduction : le tour du prénom	En ligne
Triple coïncidence	En ligne
Le spectateur magicien	En ligne
La carte épelée	En ligne
Pensez à n'importe quelle carte	En ligne
Le jeu qui disparaît	En ligne
Un peu de perfectionnement	En ligne
En bonus : Mirage	En ligne

A plus sign (+) is visible at the bottom right of the module list.

Dans l'exemple ci-dessus, vous avez donc un module intitulé « Leçon 1 : la magie des cartes ». Ce module est constitué de 9 cours.

Pour le moment, vous n'avez fait que créer le squelette de votre formation en donnant le titre des modules et des cours qui constituent vos différents modules.

Rappelez-vous que vous pouvez créer autant de modules par espace de formation et autant de cours dans chaque module.

Voyons maintenant comment paramétrer les modules et les cours.

Cliquez sur l'un des titres d'un de vos modules et vous tombez sur cette page :

Contenu

Titre*

Titre complet du module

Nom*

Nom court, utilisé notamment pour le lien vers ce module

Libellé

Pour mieux vous y retrouver, vous pouvez grouper les modules sous des libellés

Visuel



Description*

Source

Copier

Coller après

Annuler (0)

Refaire (0)

Tout effacer

Importer de l'HTML

Dans ce premier module de formation, pas à pas, vous allez apprendre à présenter votre premier numéro de cartes : du premier tour, qui consiste à prendre contact, à briser la glace jusqu'au final pour terminer efficacement votre représentation.

Enregistrer le contenu

Retour aux modules

Voir le module

Déverrouiller...

Par défaut, vous retrouvez le titre et le nom du module qui sont les mêmes : vous pouvez les renommer ici si besoin.

Le libellé : remplissez ce champ si vous voulez ranger vos modules dans une catégorie. Sinon, laissez le champ vide.

Remarque : les libellés sont un moyen simple et commode de créer des dossiers virtuels. Vous verrez souvent ce champ. Nous vous conseillons de le remplir le plus souvent possible.

Vous pouvez importer un visuel et y ajouter une description. Ces champs permettent à votre apprenant de naviguer plus facilement.

Les modules possèdent des options :

Options

Afficher le sommaire du module*

Un sommaire est généré et ajouté au début de la description du module

- Non
 Oui

Numérotation automatique des cours*

Chaque cours se verra ajouter un numéro au début du titre

- Non
 Oui

Date de publication

23/04/2018 à 11h24

Etat*

- En ligne
 Hors ligne

Redirection vers ce scénario si l'utilisateur n'est pas enregistré

Laisser vide utilise la redirection par défaut : Page d'inscription simple

Texte après paiement

En quelques phrases, la description est envoyée lors du mail de confirmation du règlement

Vous pouvez afficher ou pas le sommaire et numéroter automatiquement les cours. Vous pouvez également programmer la publication si vous envisagez une formation avec suivi et délivrance progressive du contenu.

Vous pouvez vendre un module à part de l'intégralité de la formation : ce qui vous permet de créer ce qu'on appelle des formations sur étagère : ainsi, une formation complète peut être divisée en modules. Chaque module peut être vendu à part et/ou avec l'intégralité de la formation.

Ce qui signifie que vous pouvez définir un prix différent pour un module ou un autre ; différent également de la formation complète. Dans ce cas présent, vous pourriez indiquer un « Texte après paiement » dans cette zone.

Imaginons que votre client achète un module et que, par curiosité, il voit un autre module auquel il

n'a pas accès. S'il clique dessus, vous pouvez le diriger automatiquement vers un scénario de vente que vous pouvez renseigner ici. D'autres options vous sont disponibles :

Accessible gratuitement ?*

- Oui, le module est gratuit. Disponible dès l'inscription
- Non, le module est payant**

Inclus dans la formation*

- Oui, le module est inclus dans l'accès à la formation**
- Non, il est vendu à part uniquement

Achetable séparément*

- Non, il faut avoir accès à la formation**
- Oui, on peut l'acheter seul

Accessible pour les futures adhésions ?*



- Oui, la date d'adhésion n'est pas importante**
- Non, l'adhésion doit être faite avant la publication de ce module

Verrouillage du module*

Le module peut être déverrouillé selon certaines conditions

- Accessible immédiatement**
- Déverrouillage manuel par l'apprenant
- Déverrouillage par le(s) évaluation(s) précédente(s)
- Déverrouillage par le temps
- Déverrouillage par le formateur

Enregistrer les options

-  Retirer le module de cette formation
-  Supprimer le module définitivement

Vous pouvez ainsi rendre un module gratuit si vous voulez l'offrir, le vendre à part, l'isoler complètement du reste de la formation (il ne sera pas inclus avec le reste de la formation : pratique si vous avez un client précis qui souhaite un module précis), créer un accès sous forme d'abonnement, délivrer le module dans le temps, ou manuellement ou par les évaluations. C'est par la pratique que vous comprendrez toutes les possibilités que vous offre votre site Zerudi, et elles sont nombreuses !

Remarque : vous pouvez en un clic retirer le module de la formation ou le supprimer.

ATTENTION : quand vous supprimez votre module, il n'est plus récupérable : nous vous conseillons d'y avoir recours après mûre réflexion !

Voyons maintenant comment paramétrer le tarif d'un module :

Achetable séparément*

- Non, il faut avoir accès à la formation
- Oui, on peut l'acheter seul

Accessible pour les futures adhésions ?*

- Oui, la date d'adhésion n'est pas importante
- Non, l'adhésion doit être faite avant la publication de ce module

Verrouillage du module*

Le module peut être déverrouillé selon certaines conditions

- Accessible immédiatement
- Déverrouillage manuel par l'apprenant
- Déverrouillage par le(s) évaluation(s) précédente(s)
- Déverrouillage par le temps
- Déverrouillage par le formateur

Prix disponibles

L'acheteur choisira parmi ces différents prix (au comptant, en plusieurs fois ou sous forme d'abonnement).
Attention, un prix à 0€ indique que l'élément est GRATUIT.
L'élément ne peut être commandé si aucun prix n'est indiqué.



Ajouter un prix

Il vous suffit de cliquer sur « Oui on peut l'acheter seul » pour voir apparaître « Prix disponibles ».

Si vous cliquez sur « Ajouter un prix », vous retrouvez le même outil utilisé pour définir le prix de votre formation.

Remarque : quand vous insérez un bon de commande à partir de l'éditeur de contenu, vous retrouvez instantanément les différents modules ou formations qui possèdent un tarif. En un clic vous insérez le bon de commande paramétré comme il faut !

Vous pouvez aussi définir un déverrouillage par le temps et programmer un email automatique :

Verrouillage du module*

Le module peut être déverrouillé selon certaines conditions

- Accessible immédiatement
- Déverrouillage manuel par l'apprenant
- Déverrouillage par le(s) évaluation(s) précédente(s)
- Déverrouillage par le temps**
- Déverrouillage par le formateur

Délai de déverrouillage

0 jour indique que le module est immédiatement déverrouillé

jours après achat

Email envoyé lors du déverrouillage

Taper pour connaître les variables disponibles : les classiques et {module_link}, {module_name}


Objet du message


Déverrouillage du module {module_name}

Contenu du message

Bonjour {firstname},
Le module {module_name} est accessible ici : {module_link}

Enregistrer les options

 Retirer le module de cette formation

 Supprimer le module définitivement

Définissez le nombre de jours après achat de la formation vous autorisez l'accès à tel module et remplissez les champs « Objet » et « Contenu ».

Par défaut, nous avons intégré les variables {module_name} dans le titre et {module_link} dans le contenu.

Comment créer le contenu d'un cours

Vous avez créé les titres de vos cours : voyons maintenant comment les remplir. Cliquez sur l'un des titres d'un de vos cours et vous obtenez ceci :

Leçon 1 : Magie avec des cartes I inclus dans la formation [En ligne](#)

9 cours

- Les bases fondamentales [En ligne](#)
- Introduction : le tour du prénom [En ligne](#)
- Triple coïncidence [En ligne](#)
- Le spectateur magicien [En ligne](#)
- La carte épelée [En ligne](#)
- Pensez à n'importe quelle carte [En ligne](#)
- Le jeu qui disparaît [En ligne](#)
- Un peu de perfectionnement [En ligne](#)
- En bonus : Mirage [En ligne](#)

+

Leçon 2 : Magie mentale I inclus dans la formation, achatéable séparément [En ligne](#)

8 cours

Leçon 3 : Les gobelets I inclus dans la formation, achatéable séparément [En ligne](#)

7 cours

Leçon 4 : Set de magie rapprochée I inclus dans la formation, achatéable séparément

[Retour aux cours](#)

[Voir le cours](#)

Contenu

Titre*
Le titre complet du cours

Nom*
Le nom qui apparaît dans le menu

Libellé
Pour mieux vous y retrouver, vous pouvez grouper les cours sous des libellés

Introduction
Un court descriptif du contenu
Source Copier Coller après Annuler (0) Refaire (0) Tout effacer Importer de l'HTML

Apprenez dans ce cours à tenir un jeu de cartes, à l'étaler élégamment. Comprenez les rudiments de l'art magique pour créer une illusion efficacement.

Contenu
Source Copier Coller après Annuler (0) Refaire (0) Tout effacer Importer de l'HTML

Tenue du jeu, étalement

Pour plus tard exécuter proprement certaines manipulations de cartes, vous devez dès maintenant apprendre à tenir correctement votre jeu de cartes. Par ailleurs, vous comprendrez rapidement qu'aux yeux du public, la gestuelle est importante : on attend d'un magicien qu'il nous étonne juste en étalant des cartes par exemple.

Par exemple, si le magicien vous donne un jeu de cartes à mélanger, qu'il vous demande d'en choisir une, de la remettre dans le jeu et de mélanger à nouveau vous obtenez : mélange A + choix libre + remise de la carte libre + mélange B = impossible de situer la carte. La somme des conditions rend impossible dans l'esprit du spectateur le fait de retrouver une carte à jouer.

[Enregistrer le contenu](#)

Options

Afficher la communauté en bas du cours*

Non

Oui

Etat*

En ligne

Hors ligne

[Enregistrer les options](#)

[Retirer le cours de ce module](#)

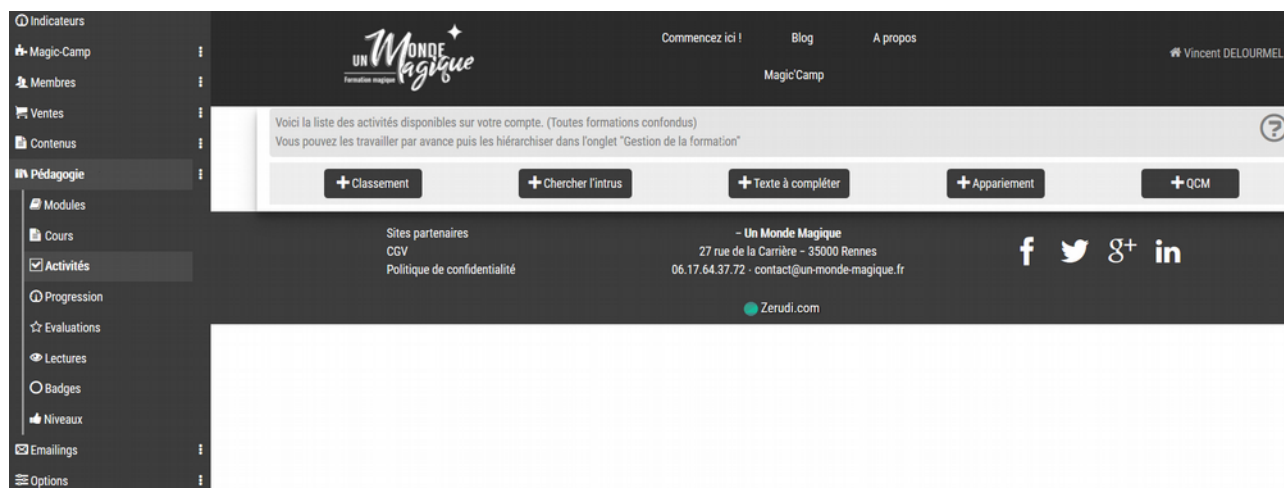
[Supprimer le cours définitivement](#)

Le fonctionnement est très simple et s'apparente à créer une page classique. Renseignez les différents champs **en prenant garde à ne pas mettre dans l'introduction le contenu de votre cours, mais bien une courte phrase introductive** (ou vidéo, image etc.). Enregistrez votre contenu avant de remplir les options. Les options vous permettent notamment de créer un espace échange sous chaque cours : cela permet à vos apprenants de s'exprimer.

Vous pouvez insérer dans chaque cours une ou plusieurs activités. Il en existe plusieurs sur votre site Zerudi : QCM, Blindtest, Chercher l'intrus etc. Nous travaillons pour en rajouter, donc restez attentif aux évolutions de la plateforme !

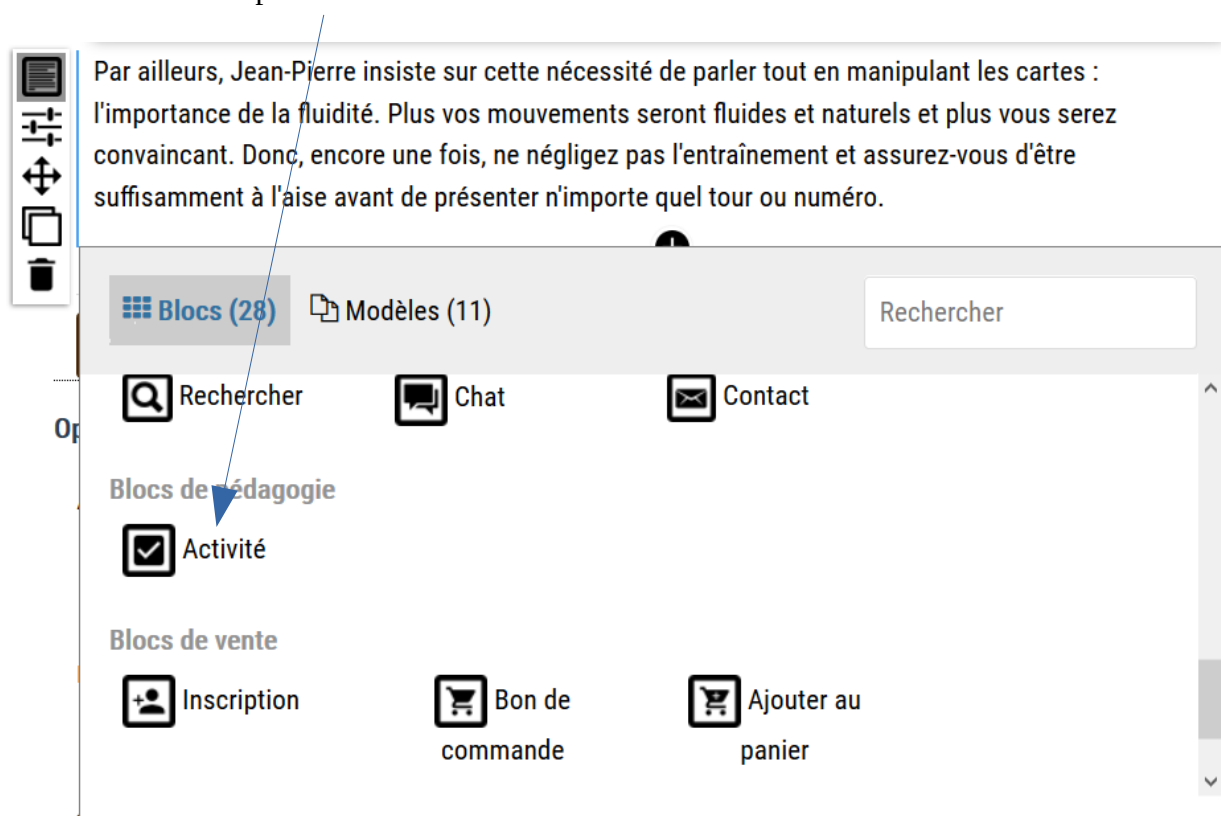
Comment créer des exercices en ligne (des activités)

Cliquez sur « Activités » dans le menu général :

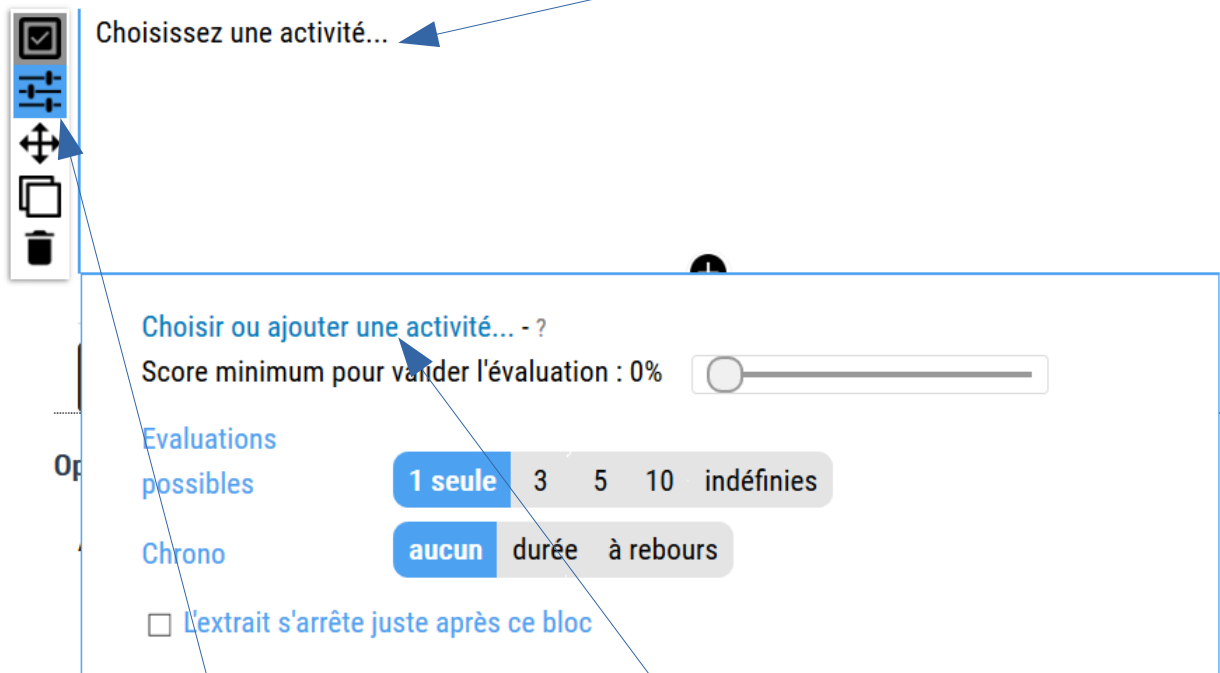


Cliquez sur l'une des activités proposées et créez votre exercice. Enregistrez-le.

Le principe est celui-ci : vous pouvez créer autant d'activités que vous voulez en amont de la création de vos cours. Quand vous créez vos cours, il vous suffit d'insérer un deux clics l'activité que vous avez créée au préalable :



Quand vous cliquez sur « Activité », vous insérez dans votre page un bloc activité :



En cliquant sur les options, il vous est proposé de choisir ou ajouter une activité.

Remarque : vous pourriez très bien créer l'activité à ce moment là. Nous vous recommandons cependant de le faire en amont, c'est beaucoup plus simple et ergonomique !

Dans les options, vous pouvez définir un score minimum pour valider l'évaluation et conditionner l'accès au module suivant ! Vous pouvez restreindre ou non le nombre d'essais et donner un temps limité pour le réaliser.

Paramétrer la gamification

Comme nous vous le laissons entendre un peu plus tôt, Zerudi n'est pas seulement une plateforme pour héberger et vendre des contenus, mais bien une solution complète pour vendre de la pédagogie. C'est pourquoi vous pouvez créer une dynamique ludique sur votre site Zerudi, avec des badges, des niveaux etc. Cliquez sur « Badges » :

Nom	Formation	Persistence	Secret	Points	Attributions	Dernière vérification	Etat
Badges (0)							
Recherche							

Cliquez sur « Ajouter un badge » et laissez-vous guider :

Badge

Personnaliser ce badge avec une couleur et une icône
Le système calculera régulièrement l'attribution des badges aux membres.

[← Retour aux badges](#)

Nom *

Formation
Ce badge n'apparaît que pour cette formation. Vide si le badge est global.

Description *
Explique en quelques mots la signification de ce badge

Points gagnés *
Points gagnés par l'attribution du badge
 pts

Persistance de l'attribution *
Oui : le badge sera toujours attribué. Non : Les règles du badge seront réévaluées pour chacun

Oui
 Non

Visuel
Préférer une icône avec transparence plutôt qu'une photo !
[Ajouter un média](#)

Couleur *

État *
Hors ligne pour ne plus afficher ce badge. Archivé pour ne plus attribuer ce badge.

en ligne
 hors ligne
 archivé

Secret *
Par défaut le badge n'est pas montré dans la liste des badges attribuables. Il reste secret jusqu'à son attribution.

Oui
 Non

Quantité limité *
Le badge peut être attribué en quantité limitée. 0 pour ne pas limiter.

[Définir les règles d'attributions...](#)

Remplissez tous les champs puis cliquez sur « Définir les paramètres d'attributions ».

Vous pourrez ainsi définir qui peut prétendre à tel ou tel badge et selon quelles modalités.

Vous pouvez également créer des niveaux :

Indicateurs

Magic-Camp

Membres

Ventes

Contenus

Pédagogie

Modules

Cours

Activités

Progression

Evaluations

Lectures

Badges

Niveaux

Emailings

Options

Sites partenaires
CGV
Politique de confidentialité

Commencez ici !

Blog

A propos

Vincent DELOURMEL

MagicCamp

Gestion des niveaux

Les niveaux sont attribués aux membres suivant les points calculés.
Chaque membre possèdera donc un niveau en fonction de ses points !

[+ Ajouter un niveau](#) [Définir les points gagnés](#) [Calcul des badges, points et niveaux](#)

Niveaux (0)

Nom	Formation	Points à avoir	Nb attributions
Recherche			

Un Monde Magique
27 rue de la Carrière - 35000 Rennes
06.17.64.37.72 - contact@un-monde-magique.fr

f t g+ in

Zerudi.com

La zone EMAILS

La plupart des concurrents de Zerudi vous invitent à utiliser un service externe d'emailing. Ce qu'on appelle communément « autorépondeur » est parfaitement intégré sur Zerudi et notre solution existe depuis 2005.

L'intérêt réside dans la gestion d'une base de données unique pour votre site et dans leur protection : ainsi, ces données ne transitent pas d'un service à un autre : tout se fait en interne !

Rappel : les emails sont automatiquement collectés lorsque vous insérez le bloc «inscription » sur n'importe quelle page de votre site.

Cliquez sur « Emailings » dans votre menu général et voici la page sur laquelle vous arrivez :

The screenshot shows the Magic Camp email management dashboard. The interface includes a sidebar menu on the left with 'Emailings' selected. The main content area displays a 'Quota d'envoi d'emails' of 231 / 20000, 'Newsletters programmées' (0), and 'Suivis actifs' (1). Below this, there are four cards showing engagement rates for different campaigns: 'Ouverture Magic Camp - acheteurs - promo 2' (19%), 'Ouverture Magic Camp - 3' (11%), 'Ouverture Magic Camp - acheteurs - promo' (14%), and 'Ouverture Magic Camp-cadeau' (32%). At the bottom, there are two cards for 'Derniers mailings envoyés', one for 'Test' and one for 'Maurice'.

Vous obtenez un tableau de bord des emails envoyés.

Attention : un quota d'emails vous est attribué selon l'offre à laquelle vous avez souscrit. L'offre « Bâtitseur » vous permet d'envoyer 20 000 mails par mois, mais ça n'est pas restrictif. Sachez juste qu'un supplément vous sera facturé si vous dépassez votre quota.

Pourquoi ?

Il ne vous a pas échappé que tous, nous croulons sous des tonnes d'emails. Par cette pratique nous vous encourageons à qualifier l'intérêt de vos prospects et donc à segmenter stratégiquement vos envois. Il est inutile d'envoyer 5000 mails si votre offre ne concerne que 200 personnes !

Rappelez-vous que la règle d'or est le CIBLAGE. Ciblez, ciblez, ciblez et posez-vous toujours cette question : « est-ce que cette information concerne toute ma base d'émailing ? ».

C'est pour cette raison que nous avons créé les liens traçables : pour vous permettre de segmenter automatiquement vos prospects, par intérêt. Travaillez intelligemment et montrez à vos prospects que vous vous intéressez vraiment à leurs problèmes.

Continuons notre découverte ; quand vous cliquez sur « Newsletters », voici ce que vous voyez :

Titre	Contacts	Engagement	État	Date d'envoi	Retours	Désinscriptions
Ouverture Magic Camp - acheteurs - promo 2	83	19%	Envoyé	samedi 4 août 2018 à 23h33	0	0 (sur 83)
Ouverture Magic Camp - 3	124	11%	Envoyé	samedi 4 août 2018 à 23h33	0	1 (sur 124)
Ouverture Magic Camp - acheteurs - promo	84	14%	Envoyé	jeudi 2 août 2018 à 15h27	1	0 (sur 83)
Ouverture Magic Camp-cadeau	202	32%	Envoyé	jeudi 2 août 2018 à 13h57	1	0 (sur 201)
Ouverture Magic Camp	203	19%	Envoyé	mardi 31 juillet 2018 à 13h51	1	1 (sur 202)

Par défaut, nous affichons les newsletters envoyées depuis le portail. Si vous sélectionnez une formation, ça sera le listing des newsletters de cet espace qui seront affichés. En un clin d'oeil, vous connaissez l'impact de votre envoi, notamment par l'engagement.

Remarque : peut-être avez-vous déjà entendu parler de « délivrabilité » ? Il s'agit d'un concept purement marketing pour dire qu'un email est arrivé à destination. Cette notion n'est pas fiable car dans tous les cas les différents clients mails (SFR, Gmail, Orange etc) gardent secret ce qui fait ou pas un bon mail ; ce qui fait qu'un email est traité comme spam ou pas. Il existe une nomenclature régissant les bonnes règles et les serveurs Zerudi sont rigoureusement paramétrés comme il faut.

Nous préférons mesurer l'engagement : c'est-à-dire sur X mails envoyés, combien suscitent le clic vers votre site ? Cette mesure nous paraît plus pertinente et bien plus fiable qu'une notion floue et pas si pertinente qu'est la « délivrabilité ». Un bon mail est un mail reçu, lu et engageant. Un mail est reçu s'il respecte des règles de bon sens et si le serveur qui envoie cet email est paramétré selon les règles en vigueur.

Comment créer une newsletter ?

Grâce à notre solution, il est très facile d'envoyer une newsletter aux bonnes personnes. Si vous

avez déjà eu affaire à des services d'autoréponses, comme Aweber, Mailchimp et autres, vous devez connaître le système de création de règles. Un système très contraignant que vous n'aurez jamais à subir sur votre site Zerudi.

Commencez par créer votre newsletter en cliquant « Créer un nouveau mailing » :

Remplissez les champs et choisissez s'il s'agit :

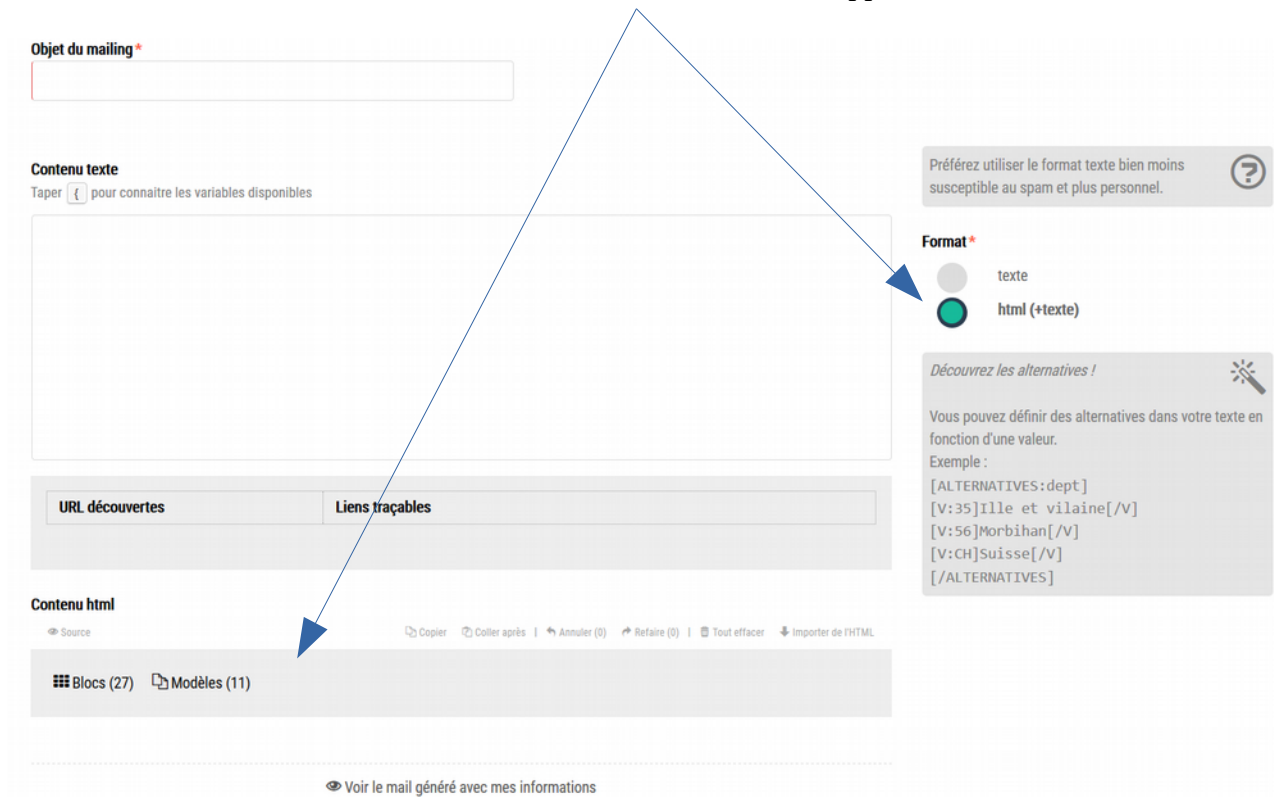
- d'une newsletter, ponctuelle, que vous décidez d'envoyer pour une info quelconque (nouveau billet de blog, promotion etc)
- d'un mailing postal : oui, vous pouvez générer un mailing postal à l'ancienne avec gestion des étiquettes ! Pratique si vous vendez des supports pédagogiques, des livres, qui nécessitent un envoi postal !
- Ou d'un suivi : un suivi est une série de newsletters programmées : par exemple, après l'inscription sur votre site, vous pourriez programmer des newsletters sur plusieurs jours, plusieurs mois, années...

Puis rédigez votre newsletter :

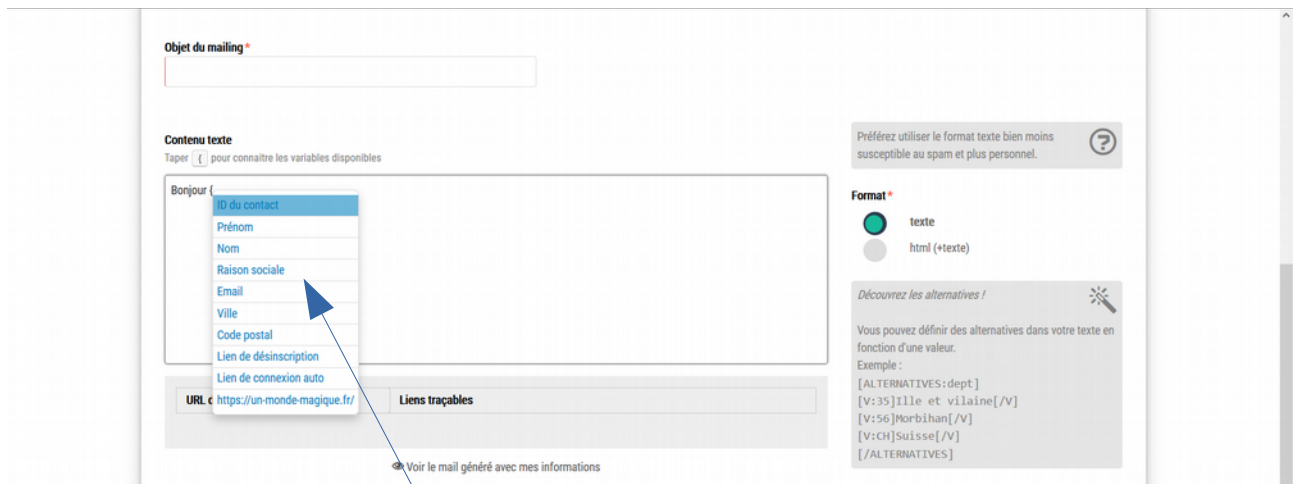
Choisissez le format : texte ou HTML ? Au format texte, vos prospects auront une impression de proximité. Le format HTML est considéré comme « promotionnel », à défaut de « professionnel ».

Remarque : un email HTML a plus de chance d'être considéré comme du spam.

Si vous choisissez le format HTML, les blocs d'édition font leur apparition :



Plusieurs variables sont à votre disposition :



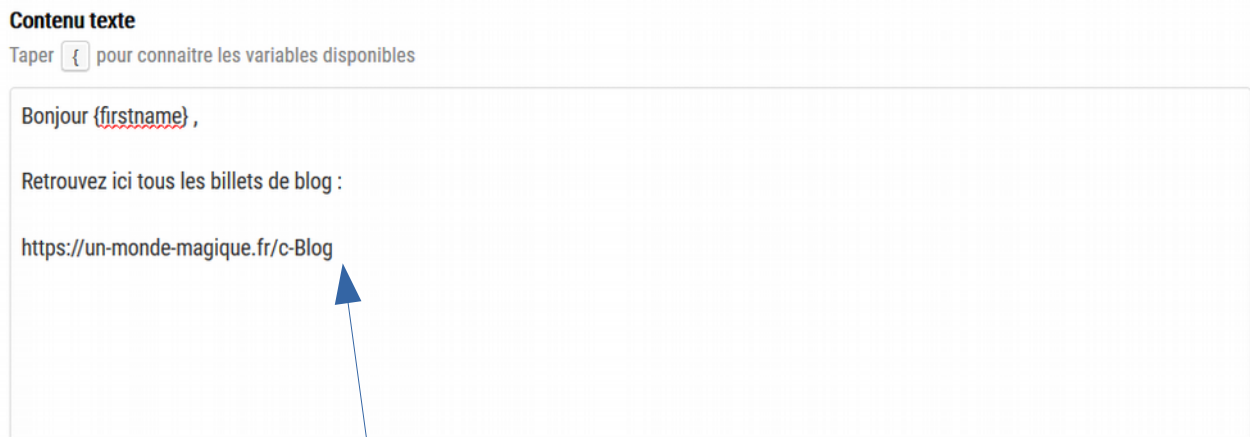
Il vous suffit de taper l'accolade { dans le contenu pour les voir apparaître.

Si vous rédigez un email au format texte, prenez l'habitude de couper votre texte comme pour un article de presse. L'enjeu est de favoriser la lecture et d'éviter la fatigue oculaire.

Ne vous êtes-vous jamais demandé pourquoi les journaux proposaient leurs articles en colonne ? Pour favoriser et maintenir l'attention. Et préserver la fatigue oculaire provoquée par un balayage

des yeux de gauche à droite. Il est moins fatiguant de lire de haut en bas !

Par exemple :

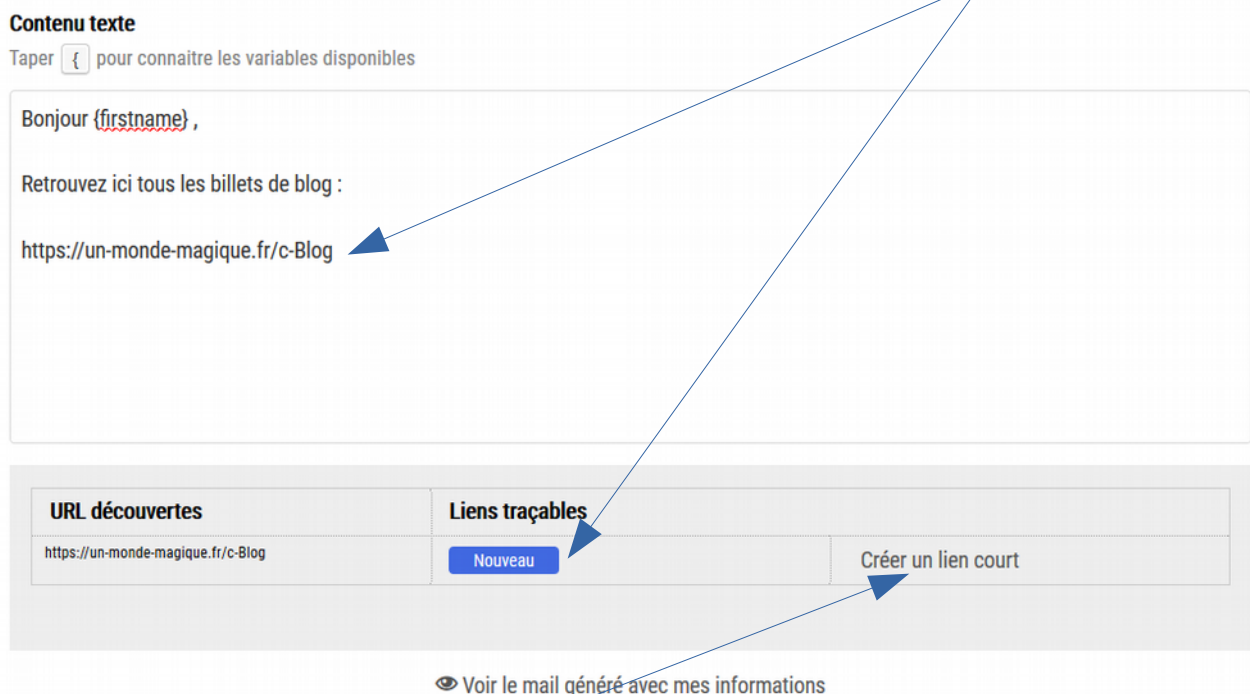


Apprenez à couper vos phrases tous les 7 ou 8 mots. L'enjeu d'un email est d'amener votre prospect à cliquer vers une page : de blog, de vente, qu'importe, vous écrivez pour le pousser à l'action.

Pourquoi ? Il y a plusieurs raisons :

- soit vous avez une offre et le lien pointe vers une page de vente
- soit vous avez un billet sur un sujet précis et vous aimeriez connaître son intérêt
- ou toute autre chose

Dans tous les cas, vous devez récolter des informations et notamment mesurer l'intérêt. Pour réussir à collecter ces informations, vous disposez de cet outil redoutable qu'est le lien traçable :



A chaque lien que vous insérez dans une newsletter, votre site Zerudi le reconnaît comme étant potentiellement traçable : il vous propose donc de le transformer. Il vous suffit de cliquer sur « Créer un lien court », et voici ce qu'il se passe :

Une fenêtre en surbrillance apparaît et vous propose de créer à la volée votre lien traçable : remplissez tous les champs, attribuez systématiquement un groupe à votre lien traçable et faites « Enregistrer ».

Programmer et paramétrer l'envoi de la newsletter :

Une fois l'email écrit, il vous suffit de l'envoyer : soit immédiatement, soit en le programmant :

Programmation

Dans le cadre d'une newsletter simple, vous pouvez l'enregistrer et l'envoyer tout de suite ou à une date programmée.

Si vous rédigez en mode « Suivi », vous avez un champ « Suivi » :

Programmation

En état "programmé", les emails seront générés à la date demandée. Puis ils seront envoyés par salves.
Pour des raisons de répartition de charge : les envois ne sont pas à la minute prêt.

État*



Brouillon



Programmé

Suivi

Les suivis ne sont envoyés qu'une seule fois par destinataires.
Les suivis ne sont envoyés qu'aux destinataires qui se sont inscrits au plus tard 7 jours avant la création du suivi.

Envoyer l'email au minimum 1 jours et 0 heures après inscription à la formation

Enregistrer et définir les destinataires

Par défaut les mailings seront envoyés aux contacts actifs inscrits aux mailings qui n'ont pas déjà reçu ce mailing ou un mailing du même type dans l'heure précédente.

Dans ce cas vous pouvez programmer des tas d'emails en fonction d'une date d'inscription, d'achat etc.

Comment segmenter l'envoi d'une newsletter ?

L'enjeu est donc d'envoyer le bon email aux bonnes personnes. Une fois rédigé, enregistrez votre mail. Une nouvelle zone apparaît :

Par défaut les mailings seront envoyés aux contacts actifs inscrits aux mailings qui n'ont pas déjà reçu ce mailing ou un mailing du même type dans l'heure précédente.

Filtrer les destinataires (229)

Quelques exemples de filtres

Comprendre les règles de filtrage

Appliquer toutes les règles suivantes :

est égal à

Nouveau groupe de règles

Envoyer maintenant

Par défaut, si vous ne filtrez pas, le mail est envoyé à tout le monde. Mais vous pouvez et devez cibler vos destinataires. Plus vous utilisez les liens traçables (associés à des groupes), plus il vous est facile de filtrer vos destinataires.

Pour vous faciliter la vie, nous avons prévu pour des exemples de filtrage. Cliquez ici.

Voici ce qui apparaît :

Filtrer les destinataires (229)

Quelques exemples de filtrages

Comprendre les règles de filtrage

Cliquez sur un des exemples puis remplissez les valeurs :

- Membres présent dans un ou plusieurs groupes
- Membres présent dans un ou plusieurs groupes mais pas dans d'autres
- Membres présent dans chacun des 3 groupes
- Membres ayant accès ou acheté une formation/module et présent dans un des groupes
- Membres n'ayant pas accès ou acheté une formation/module et présent dans un des groupes
- Membres ayant payés 2 fois ou plus
- Membres s'étant connecté 1 fois ou moins dans les 30 derniers jours

Appliquer toutes les règles suivantes :

• [] est égal à []

Nouveau groupe de règles

Envoyer maintenant

Nous avons défini pour vous les requêtes les plus utiles. Par exemple, imaginons que vous souhaitez relancer des personnes qui font partie d'un groupe d'intérêt mais qui n'ont toujours pas acheté votre formation. Cliquez sur cette ligne et vous obtenez ceci :

Cliquez sur un des exemples puis remplissez les valeurs :

- Membres présent dans un ou plusieurs groupes
- Membres présent dans un ou plusieurs groupes mais pas dans d'autres
- Membres présent dans chacun des 3 groupes
- Membres ayant accès ou acheté une formation/module et présent dans un des groupes
- Membres n'ayant pas accès ou acheté une formation/module et présent dans un des groupes
- Membres ayant payés 2 fois ou plus
- Membres s'étant connecté 1 fois ou moins dans les 30 derniers jours

Appliquer toutes les règles suivantes :

• [] est égal à []

Nouveau groupe de règles

ET

Appliquer toutes les règles suivantes :

• Contact : Groupes doit être présent dans une des valeurs suivantes []

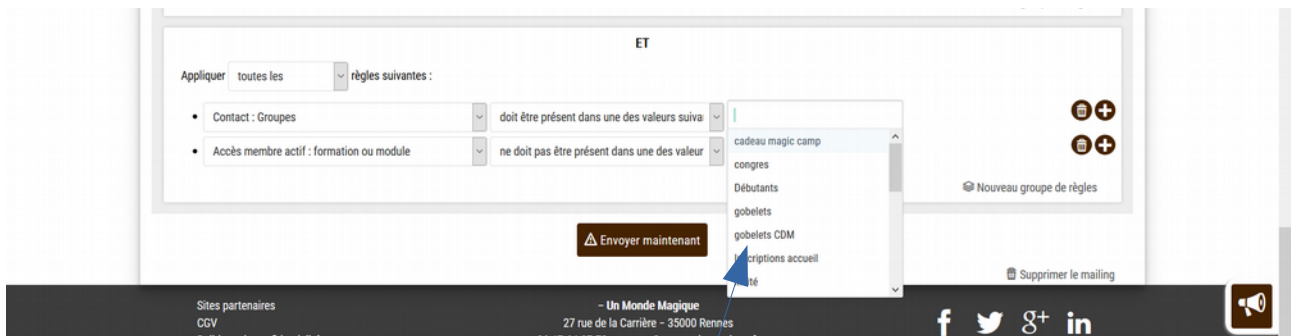
• Accès membre actif : formation ou module ne doit pas être présent dans une des valeurs []

Nouveau groupe de règles

L'application vous propose de définir le groupe en question et vous demande d'exclure les personnes qui ont déjà accès à la formation ou le module.

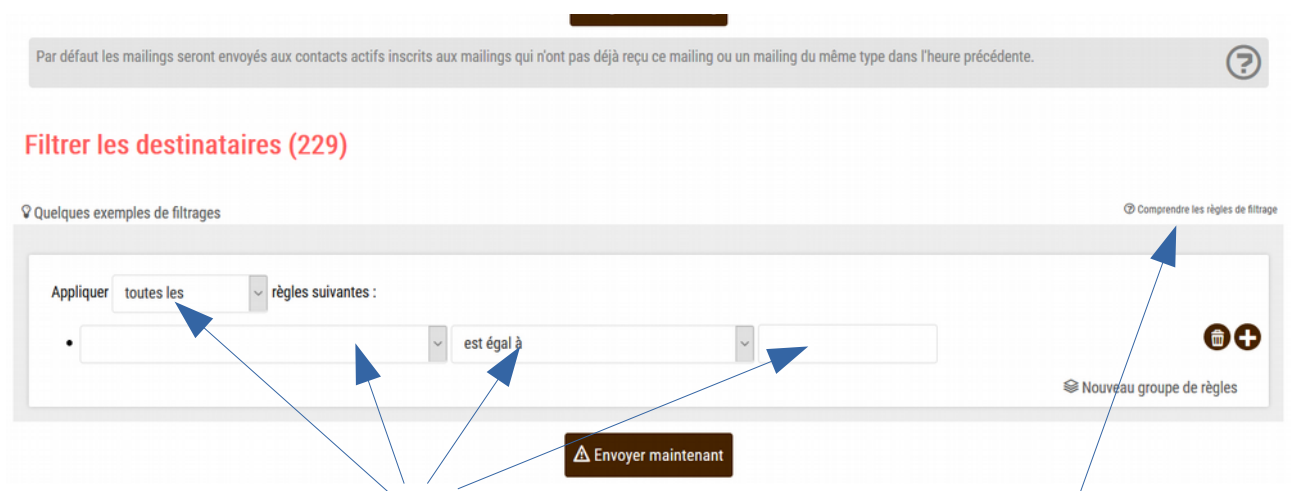
Cliquez dans les zones blanches pour faire apparaître les possibilités.

Vous obtenez ceci :



Des suggestions vous sont faites : il vous suffit de sélectionner celle qui correspond.

Vous pouvez évidemment ne pas vous contenter des requêtes et cibler vous-même manuellement vos destinataires :



Dans ce cas, il vous suffit de jouer avec les différents champs.

Remarque : si vous avez des difficultés à comprendre les règles de filtrage, cliquez sur la petite aide qui vous est proposée et vous ferez apparaître un graphique vous expliquant tout :

Plusieurs filtres sont disponibles, vous les associer comme vous voulez jusqu'à obtenir le résultat voulu. Vous pouvez appliquer autant de filtres que vous le souhaitez.

Conseil : Vérifiez à chaque fois si le nombre de destinataires estimés ci-dessus vous semble cohérent avec vos filtres.



Prenons deux règles A et B.
Certains membres satisfont les règles A, d'autres B.
La zone verte, à l'intersection de A et B, correspond aux membres qui valident "toutes les règles" A ET B.
L'ensemble des zones jaune, bleu et verte correspond aux membres qui valident "une des règles".

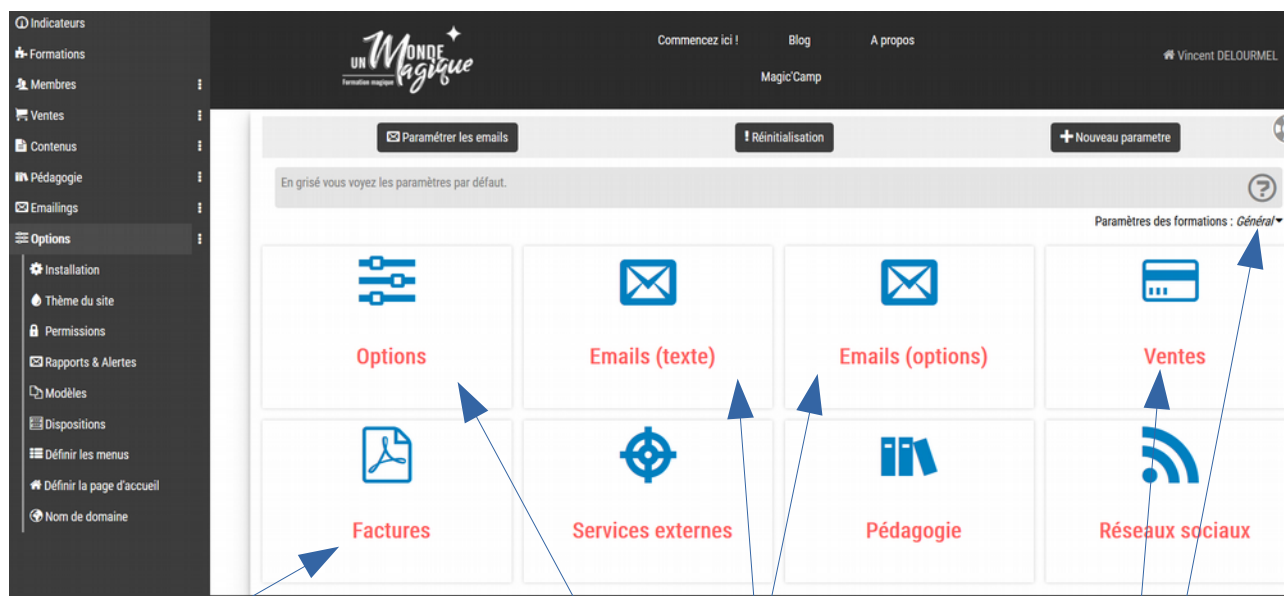


La zone OPTIONS : automatisez votre site

Bien qu'elle n'apparaisse qu'à ce moment de ce document, la zone options est très importante, notamment pour l'automatisation de votre site.

En effet, dans cette zone vous retrouvez des paramètres de base que vous aurez à renseigner une fois pour toute. Cela vous prendra environ 30 minutes mais après vous serez tranquille.

Cliquez sur « Options » dans le menu général et vous arrivez ici :



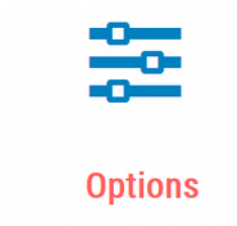
Cette partie est importante, notamment les Options, les Emails (texte et options), les Ventures, les Factures. Les Services externes, la pédagogie et les réseaux sociaux sont secondaires. Remplissez donc un maximum des champs.

Vous pouvez aussi paramétrer vos emails et en définir plusieurs vers votre site et même créer vous-mêmes vos propres paramètres.

Remarque : chaque espace de formation peut prétendre à des paramètres spécifiques. Ainsi, vous pourriez avoir un email automatique différent après inscription si les gens s'inscrivent sur une page de capture créée dans une formation. Par défaut, les paramètres établis sur le site mère prend le pas sur tout le reste.

Passons en revue chacun des paramètres de base :

Le paramètre « Options » :

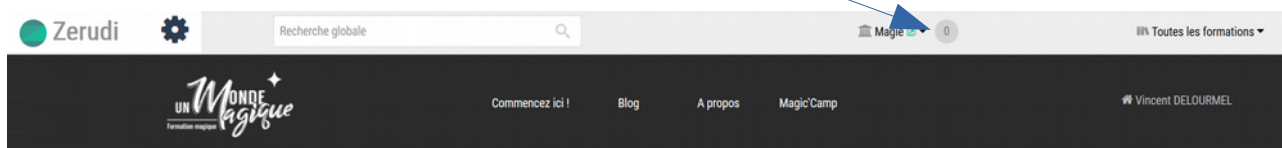


Quand vous cliquez dessus, voici ce que vous obtenez :

Les options générales de votre compte

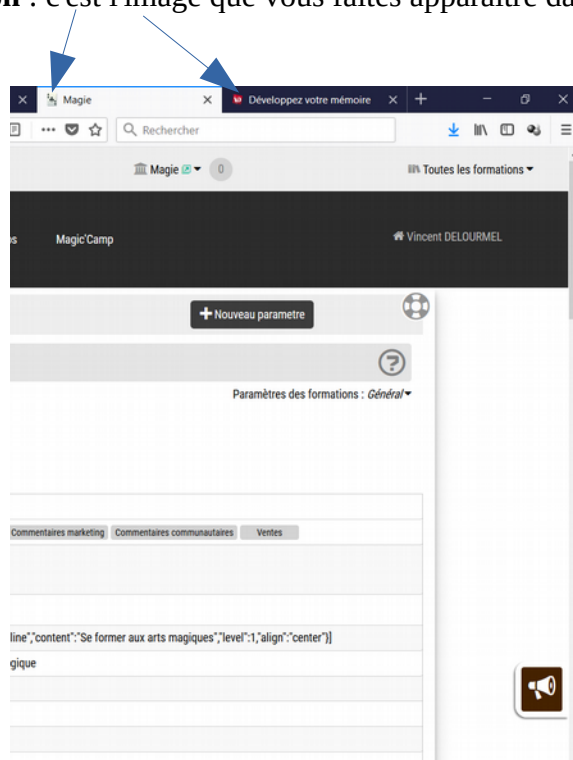
Paramètre	Valeur
Les notifications à afficher	Commentaires Commentaires marketing Commentaires communautaires Ventes
Votre icône (favicon)	
Votre logo	
Votre slogan	[{"block": "headline", "content": "Se former aux arts magiques", "level": 1, "align": "center"}]
Tri des commentaires	Ordre chronologique
Limiter les téléchargements	Non
Supprimer les fichiers sources des vidéos et audios	Après 1 mois
Pseudo généré	Albert E.
Scripts externes à insérer sur toutes les pages	
Politique de confidentialité	<p>Bienvenue sur la page de la politique de confidentialité de {url}. {url} respecte votre vie privée et s'engage à protéger vos données personnelles.</p> <h3>1. Identification et responsable du traitement des données</h3> <ul style="list-style-type: none">• Identification et responsable du traitement : {lastname} {firstname}• Raison sociale : {entity}• N° de SIRET : {siret}• Siège social : {street} {street2} {city} {zipcode}• Téléphone : {phone}• Email : {email} <p>[...]</p>
Conditions Générales de Ventes	<p>Déclaration CNIL : Loi n°2004/575 du 21/06/2004 (LEN) Vincent DELOURMEL 27, rue de la Carrière 35000 RENNES 06.17.64.37.72 Siret : 434 149 605 00025 N°TVA : FR48434149605 Directeur Général : Vincent DELOURMEL Vincent Delourmel est déclaré comme organisme de formation sous le numéro 53 35 09148 35 auprès du préfet de la région de Bretagne.</p> <h3>1. Acceptation des conditions générales de vente</h3> <p>1.1 Le client reconnaît avoir pris connaissance des présentes Conditions Générales de Vente de l'entreprise Vincent DELOURMEL, et déclare les accepter.</p> <p>1.2 Ces conditions prévaudront sur toutes autres conditions générales ou particulières non expressément agréées par Vincent DELOURMEL.</p>

- **Les notifications** : c'est que vous retrouvez dans l'entête de votre site (visible uniquement par vous) :



Définissez ce que vous voulez voir apparaître (une façon pour vous de faciliter la veille de l'activité de votre site).

- **Votre icône/flavicon** : c'est l'image que vous faites apparaître dans l'onglet de votre navigateur :



- **Votre logo** : c'est... votre logo :)
- **Votre slogan** : c'est...votre slogan !
- **Tri des commentaires** : du plus anciens au plus récent ou inversement
- **Limiter les téléchargements** : on ne peut pas vraiment empêcher le téléchargement de vos vidéos et audios, mais on peut rendre l'action plus difficile : choisissez « Oui » si vous voulez que ça soit le cas.
- **Supprimer les fichiers sources des vidéos et audios** : par défaut, nous conservons vos fichiers sources et ça prend forcément de l'espace. Si vous pensez que vos sauvegardes sur votre disque dur suffisent, choisissez de les supprimer de votre site au bout de X temps.
- **Pseudo généré** : dans le classement ou dans les commentaires, voici comment sont affichés les noms des apprenants s'ils ne renseignent pas de pseudo
- **Scripts externes à insérer sur toutes les pages** : parfois on vous demande d'insérer un script dans le « Header » de votre site : c'est ici que vous intégrerez le bout de code.
- **Politique de confidentialité** : c'est pour être en règle avec le RGPD. A priori, si vous remplissez bien tous les paramètres de votre site, cette page n'a pas à être modifiée.
- **Conditions Générales de Vente** : page obligatoire sur tout site de vente en ligne ! A rédiger ou adapter !

Les emails (texte)



Emails (texte)

Quand vous cliquez dessus, vous obtenez ceci :

Les textes concernant les emails de service

Paramètre	Valeur
✳ Email envoyé lors de l'inscription	Veillez confirmer votre inscription
✳ Email envoyé lors d'une demande de nouveau mot de passe	Votre nouveau mot de passe
✳ Email envoyé lors de la validation	Vous êtes bien inscrit (firstname) !
✳ Email envoyé lorsqu'un utilisateur change son email	Vous avez changé d'email
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande ferme est payée	Merci pour votre commande : voici votre accès
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande qui contient des paiements partiels est initiée	Votre règlement en plusieurs fois
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande qui contient des paiements partiels est payée totalement	Commande en plusieurs fois terminée
✳ Email envoyé lorsque qu'un paiement est demandé	{firstname}, vous avez un règlement en attente !
✳ Email envoyé lorsque qu'une carte bancaire est expirée	Votre carte bancaire arrive bientôt à expiration
✳ Email envoyé lorsque qu'un paiement récurrent est réalisé	Votre paiement de {amount} euros est validé
✳ Email envoyé lorsque qu'un paiement récurrent est refusé	Votre paiement de {amount} euros est refusé
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande est créée	Votre commande est enregistrée
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande est annulée	Votre paiement a été rejeté
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande est remboursée	Votre commande a été remboursée
✳ Email envoyé au déverrouillage d'un module (par le formateur)	Déverrouillage du module (module_name)

Par défaut, la plupart de ces mails sont renseignés. Mais vous pourriez avoir envie de les personnaliser un peu plus.

ATTENTION : remplir ces différents champs est très important car ils conditionnent l'automatisation de votre site. En effet, lorsque les gens s'inscrivent, ils reçoivent des mails automatiques pour valider : ce sont ce qu'on appelle des mails de « service ». C'est dans cette zone que vous les rédigez une fois pour toute.

Les emails (option) :



Emails (options)

Quand vous cliquez dessus, vous arrivez ici :

Options des mailings

Paramètre	Valeur
Les emails sont envoyés par cette adresse	contact@un-monde-magique.fr
Les emails sont envoyés par ce contact	Vincent Delourmel
Texte en bas des mails de service	Cordialement, Vincent Delourmel, Un Monde Magique
Texte en bas des emailings : newsletters et suivis	Amitiés, Vincent DELOURMEL, https://un-monde-magique.fr Vous ne voulez plus recevoir nos messages ? Nous en sommes désolés ! Pour vous désinscrire en un clic, utilisez ce lien ci-dessous : {link_unsubscribe}
Texte HTML en bas des emailings : newsletters et suivis	

Même remarque que précédemment : remplissez une fois pour toute ces champs et vous n'aurez plus à le refaire (sauf si vous déménagez ou changez de nom!).

Les ventes :



Ventes

Cliquez dessus et vous arrivez ici :

Paiements autorisés, options de paiements

Paramètre	Valeur
Payment par paypal : Votre compte paypal	splitch@un-monde-magique.fr
Payment par chèque : adresse	Un Monde Magique, 27 rue de la Carrière, 35000 RENNES
Payment par chèque : ordre	Vincent Delourmel
Payment par virement : RIB / IBAN / SEPA	
URL de redirection après un paiement	https://un-monde-magique.fr/p-Merci

Renseignez également tous ces champs : ils vous permettent d'autoriser les achats via Paypal, chèque et virement. Vous pouvez aussi définir une page « Après paiement » que vous aurez créée en amont.


Les factures



Factures

Cliquez sur cette image et faites apparaître ceci :

Coordonnées affichées sur vos factures

Paramètre	Valeur
Logo apparaissant sur les factures	
Nom apparaissant sur les factures	Aucune valeur
Raison sociale apparaissant sur les factures	Un Monde Magique
Rue apparaissant sur les factures	27 rue de la Carrière
Code postal apparaissant sur les factures	35000
Ville apparaissant sur les factures	Rennes
Téléphone apparaissant sur les factures	06.17.64.37.72
Courriel apparaissant sur les factures	contact@un-monde-magique.fr
Siret apparaissant sur les factures	434 149 605 00025
Numéro de TVA intracommunautaire apparaissant sur les factures	FR48434149605
Texte apparaissant à la fin des factures	Merci pour votre confiance. Retrouvez toute notre actualité sur https://un-monde-magique.fr
Format de la référence des factures	Aucune valeur
Date de début de bilan comptable (format JJ/MM)	Aucune valeur

Remplissez ces champs pour automatiser les factures pour vos clients. Ils retrouvent leurs différentes factures dans leur espace membre.

Les services externes



Services externes

Cliquez sur l'image :

Les trackers Google Analytics, Facebook, ...

Paramètre	Valeur
Google Site Verification	
Votre compte Google Analytics	Aucune valeur
Facebook Retargeting (identifiant)	Aucune valeur

Vous aurez besoin sans doute de faire appel à la publicité Facebook, à Google Analytics ou Google Site Verification : c'est ici que vous renseignez les différents scripts.

La pédagogie



Pédagogie

Cliquez sur l'image :

Options pédagogiques, notes, classement, etc...

Paramètre	Valeur
⚙️ Affichage du score	x/10
⚙️ Message aux apprenants	
⚙️ Titre à utiliser pour la communauté	
⚙️ Points gagnés par commentaire	
⚙️ Points gagnés par message communautaire	
⚙️ Points gagnés par évaluation	
⚙️ Points gagnés par module lu	
⚙️ Points gagnés par inscription sur une formation	
⚙️ Points gagnés par semaine passée depuis l'inscription	

La gamification de votre site commence ici : renseignez ici les premiers éléments qui permettront ensuite de délivrer des badges etc.

Les réseaux sociaux



Réseaux sociaux

Cliquez sur l'image :

Vos compte de réseaux sociaux

Paramètre	Valeur
⚙️ Votre compte Twitter	http://www.twitter.com/v_delourmel
⚙️ Votre compte Facebook	http://facebook.com/delourmel.vincent
⚙️ Votre compte Instagram	
⚙️ Votre compte Google+	https://plus.google.com/118326919081623182544
⚙️ Votre compte Tumblr	Aucune valeur
⚙️ Votre compte Slideshare	Aucune valeur
⚙️ Votre compte Viadeo	Aucune valeur
⚙️ Votre compte LinkedIn	http://fr.linkedin.com/in/vincentdelourmel
⚙️ Votre compte Youtube	Aucune valeur
⚙️ Votre compte Vimeo	Aucune valeur

Renseignez ici vos différents réseaux sociaux que vous pourrez faire apparaître par exemple dans votre pied de page !

Remarque : Ces paramètres, au risque de nous répéter, sont le socle de votre site Zerudi. Ne les négligez surtout pas ! Clairement, ça n'est pas amusant à remplir, mais ça vous prendra tout au plus une petite heure, voire moins. Et une fois que c'est fait, ça n'est plus à refaire !

Revenir à l'installation de votre site

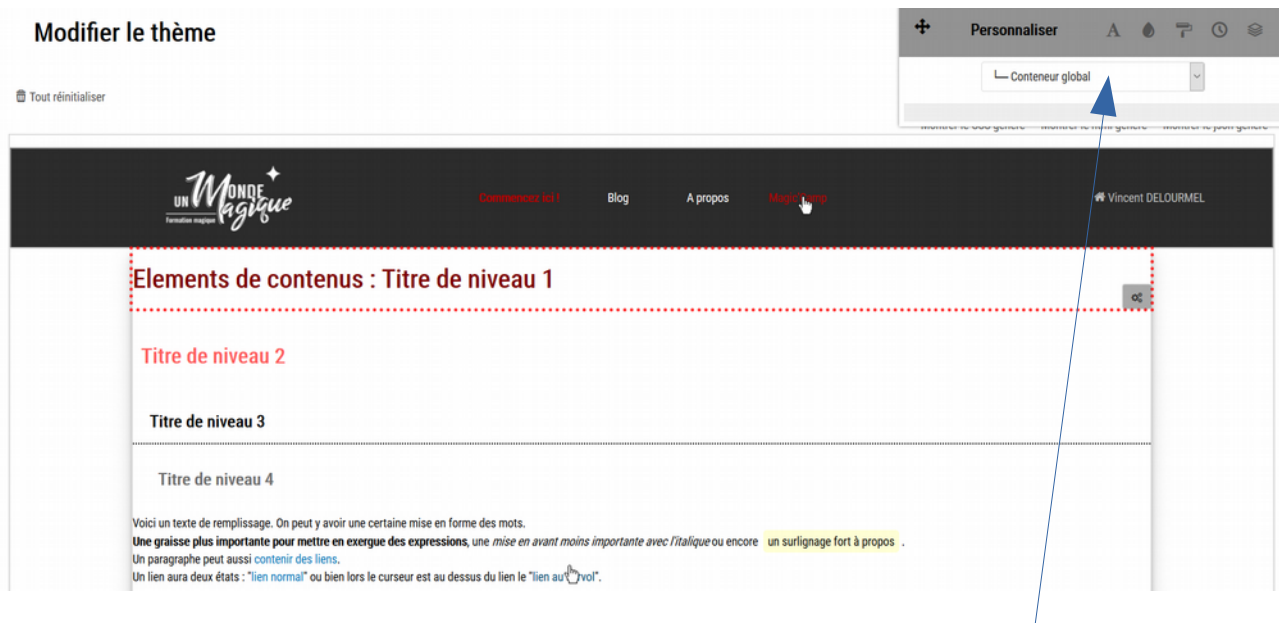
Pour profiter de votre offre d'essai, vous avez dû passer par une série d'étapes que vous retrouverez en cliquant sur « Installation » :

The screenshot shows a four-step progress bar at the top: 1. Votre site (active), 2. Qui êtes-vous ?, 3. Première formation, and 4. Thème du site. Below the progress bar, the heading 'Votre site' is displayed in red. The main text explains that users should add a logo or photo to the banner area, with a recommendation for transparent PNG images. It also prompts for a slogan. The form contains three input fields: 'Nom du site' with the value 'Magie', 'Votre logo' with a preview of a logo for 'UN MONDE Magique' and a close button, and 'Votre slogan' with the value 'Se former aux arts magiques'. A 'Fermer' button is located in the top right corner. At the bottom, there is an 'Enregistrer' button with a checkmark and an 'Étape suivante' button with a right arrow. A blue arrow points from the text below to the 'Étape suivante' button. A grey information box at the bottom center states: 'Toutes ces options pourront être modifiées ensuite sur le site. Vous pourrez également revenir sur cette page.'

Vous pourriez ainsi refaire le parcours, changer des titres etc.

Modifier le thème du site

Sur Zerudi, nous ne proposons pas de template visuel. La raison est très simple : nous vous encourageons à posséder votre propre identité. Vous pouvez vous-même designer votre site ou le faire faire par un graphiste. Dans tous les cas, pensez à votre marque : vous n'avez pas envie d'avoir le même template que d'autres professionnels. N'hésitez surtout pas à faire appel à des professionnels. Si vous n'en connaissez pas, nous pouvons vous présenter nos partenaires. Si vous vous sentez l'âme d'un graphiste, alors l'outil thème est à votre disposition. Cliquez sur « Thème du site » et voici ce que vous voyez :



Tout ce que vous avez à faire, c'est dérouler vous occuper de toutes les options ici. Une vidéo vous est proposée ici : <https://zerudi.com/p-webdesign>

Créer des permissions

Vous pourriez avoir envie de déléguer tout ou partie de votre site Zerudi. Et vous auriez raison ! Voici comment faire. Cliquez sur « Permissions », vous arrivez ici :

Permissions

Liste des membres + Nouvelles permissions

Les permissions permettent de donner des droits d'accès à des fonctions du site à des membres de votre site.
Exemple : un partenaire qui accède comme vous au site, une personne peut s'occuper du blog, une autre peut gérer le contenu d'une formation...

	Maxime	Permissions	Anthonin
Tableau de bord <small>Affiche le CA, les inscriptions, etc...</small>			✗
Membres <small>Gère les membres et les groupes de membre</small>			✗
Ventes <small>Ventes, rapport de ventes et paiements</small>			✗
Formations			✗
Accès membres			✗
Mailings			
Page de contenus			✗
Evaluations			✗
Paramètres			
Personnalisation du thème			
Commentaires			✗
Liens traçables			✗
Médiathèque			
Lives			✗
Pédagogie			✗
Pages marketings			✗
Module partenaire		✗	✗

Il vous suffit de cliquer sur « Nouvelles permissions » et de suivre la démarche.

Générer des rapports et des alertes

Vous avez envie d'avoir un suivi de l'activité de votre site au jour le jour ? A la semaine ? Au mois ? Sur un seul document ? Alors les rapports et les alertes sont faits pour vous !

Cliquez sur « Rapports et Alertes » :

Rapports et Alertes

Rapports : Recevez par email à la fréquence choisie un rapport des événements sélectionnés.
Alertes : Recevez par email à la fréquence choisie la liste des membres qui satisfont les règles indiquées.
Cela vous permet d'avoir un rapide coup d'oeil des événements du site dans votre boîte mail !



+ Ajouter un rapport

+ Ajouter une alerte

Rapports

Rapports (0)

Nom	Fréquence	Dernier envoi	Dernière vérification	Etat
-----	-----------	---------------	-----------------------	------

Recherche

Alertes

Alertes (0)

Nom	Dernier envoi	Dernière vérification	Etat
-----	---------------	-----------------------	------

Recherche

Vous pouvez ajouter un rapport et/ou une alerte.

Cliquez sur « Ajouter un rapport » :

Rapport : Nouveau

Nom du rapport *

Notifications

- Ventes créées
- Paiements effectués
- Inscriptions
- Désinscriptions
- Nouveaux commentaires de pages
- Nouveaux commentaires de pages marketing
- Nouveaux posts communautaires
- Nouvelles évaluations
- Nouveaux badges
- Nouveaux niveaux

Délai d'envoi *

Gardez en tête qu'un délai trop récurrent peut être synonyme de rapport trop nombreux !

le plus vite

- Etat
- actif
 - en pause

Enregistrer

Donnez-lui un nom et définissez ce que vous voulez voir apparaître. Puis choisissez une fréquence d'envoi. Enregistrez.

Pour les alertes, cliquez sur « Ajouter une alerte » :

Alerte : Nouvelle

Nom
Nom de l'alerte qui servira aussi d'objet au message

Etat*
activé

Délai d'envoi*
Gardez en tête qu'un délai trop récurrent peut être synonyme d'alerte abondante et donc négligée !
le plus vite

Enregistrer

Donnez-lui un nom et un délai d'envoi et le tour est joué !

Comment créer des modèles

L'enjeu pour vous ? Gagner du temps le plus possible. Si maîtriser la technologie Zerudi peut prendre un peu de temps, c'est pour mieux en gagner par la suite. C'est une des raisons pour lesquelles vous pouvez créer des modèles :

- de billet de blog
- de pages de vente
- de pages de cours
- de pages de capture
- bref de toute page utile !

L'idée, c'est d'insérer en un clic un template d'une page type que vous avez créée et qui vous donne satisfaction. Commencez par cliquer sur « Modèles » :

Gérez vos modèles

Souvent on réutilise les mêmes morceaux de contenus ici et là.
Préparez vos modèles à l'avance et importez les directement dans vos pages. Gain de temps assuré !

+ Nouveau modèle Modèles publics Modèles archivés ← Revenir aux contenus

Montrer : [10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500] éléments

Modèles (0 au total)

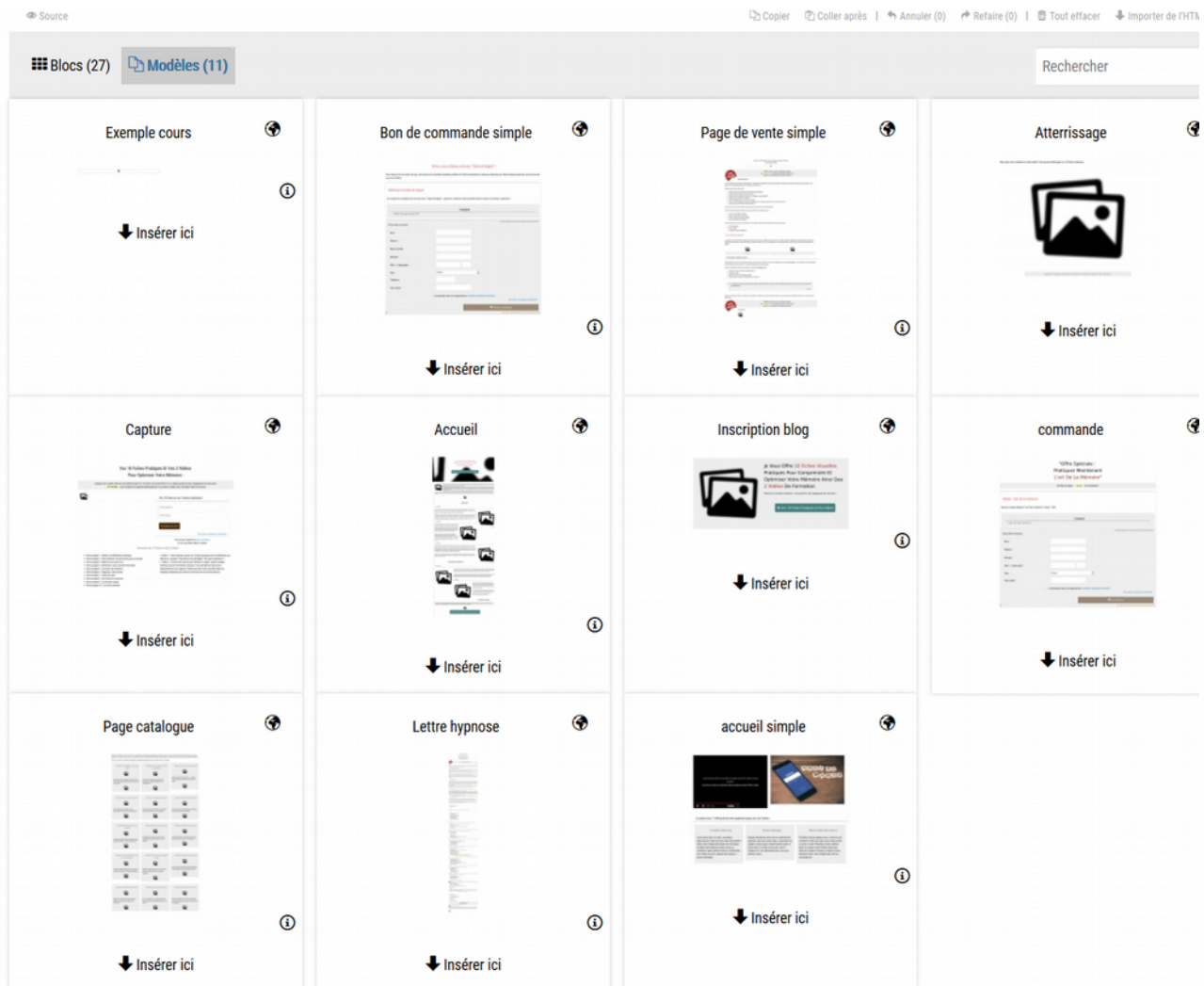
Nom	Commentaire	Créé le	Visibilité
-----	-------------	---------	------------

Recherche

Vous pouvez créer un nouveau modèle, utiliser un modèle public que nous partageons avec vous ou retrouver un modèle archivé.

Créer un modèle revient à créer une page que vous pourrez retrouver en un clic à partir de l'éditeur de contenu.

Créez n'importe quelle page et remarquez les « Blocs (27) » les « Modèles (11) » ci-dessous :



Quand vous cliquez sur « Modèles », la liste de tous les modèles à votre disposition apparaissent. Cliquez dessus une fois et il est directement importé dans votre page.

Nous créons systématiquement des modèles de billet de blog, page de capture, page de cours pour l'ensemble de nos sites. Comme ça, on gagne un maximum de temps.

Gérer les dispositions

Il s'agit d'une option qui pourrait vous plaire si vous aimez avoir des barres de menu ou autres latérales par exemple.

Cliquez sur « Dispositions » :

Gérez vos dispositions

Par défaut vos pages sont composés de votre contenu seulement. Mais pourquoi ne pas imaginer une colonne à droite par exemple ? C'est ici que vous préparez les dispositions dont vous aurez besoin.



+ Nouvelle disposition

← Revenir aux contenus

Montrer : [10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500] éléments

Dispositions (0 au total)

Nom

▲ ▼

Créé le

▲ ▼

Recherche

Cliquez ensuite sur « Nouvelle disposition », donnez lui un nom, une couleur de fond, une structure et créez votre contenu :

Disposition

Modifier cette disposition en ajoutant du texte, des images, des vidéos... Associez ensuite cette disposition à vos pages.



↑ Retour aux dispositions

← Retour aux contenus

Nom

Couleur de fond



Structure



Colonne à droite

Colonne à gauche

Section en bas

Section en haut

Contenu

Source

Copier | Coller après | Annuler (0) | Refaire (0) | Tout effacer | Importer de l'HTML

Blocs (27) Modèles (11)

Par exemple, j'aimerais afficher une colonne à droite de mes billets de blog. Une colonne sur fond rouge qui me permet de faire la promotion du Magic'Camp, avec une image et une accroche.

Voici ce que ça pourrait donner :

Nom

Colonne billet blog

Couleur de fond



Structure



Colonne à droite



Colonne à gauche



Section en bas



Section en haut

Contenu

Source

Copier Collier après | Annuler (13) | Refaire (0) | Tout e

Rejoignez Le Magic'Camp !



Pour l'afficher dans mes billets de blog, il me suffit de retourner sur « Contenus » et modifier la catégorie « Blog » :

Gérez vos pages

Ici vous pouvez organiser et gérer vos pages de contenus.

Nouvelle catégorie

Toutes les pages (13) Formations (6) **Blog (2)** Autres pages (5)

0

Pages de contenus (13 au total)

	Nom	▲ ▼	Etat	▲ ▼	Catégorie	▲
Recherche						
☰	Commencez ici	📄	en ligne		Autres pages	
☰	Sites partenaires	📄	en ligne		Autres pages	
☰	cerveau magie	📄	en ligne		Blog	

Cliquez sur la catégorie qui vous intéresse et qui regroupe les pages en question. Par exemple, « Blog » : vous arrivez ici :

Gérez vos pages

Ici vous pouvez organiser et gérer vos pages de contenus.

Nouvelle catégorie

Nouvelle page

Toutes les pages (13) Formations (6) **Blog (2)** Autres pages (5)

Montrer : [10 / 25 / 50 / 100 / 200 / 500] éléments
0 élément(s) sélectionné(s) Effacer la sélection Inverser la sélection

Avec la sélection : - ne rien faire -

Pages de contenus (2 au total)

	Nom	▲ ▼	Etat	▲ ▼	Catégorie	▲ ▼	Publié le	▲ ▼	Vues	▲ ▼	Coms.	▲ ▼
Recherche												
☰	cerveau magie	📄	en ligne		Blog		il y a 1 an		202 vues		1 com.	
☰	magicien esprit	📄	en ligne		Blog		il y a 1 an		482 vues		0 com.	

Vos pages de blog s'affichent et un petit crayon en face de « Blog » a fait son apparition. Cliquez dessus et vous arrivez ici :

Catégorie des pages de contenu

[↑ Retour aux contenus](#)

Nom

Blog

Description

Disposition

Vous pouvez définir une disposition avec une colonne à droite par exemple

- Aucune (Classique)
- Colonne billet blog


Ordonner les pages*

Les pages de cette catégorie seront affichées dans l'ordre choisi.

- Ordre défini
- Ordre anté-chronologique


Enregistrer

Comme nous avons créé la disposition « Colonne billet blog », elle apparaît ici. Sélectionnez cette disposition et enregistrez. Si vous retournez sur vos billets de blog, vous la voyez apparaître :



Commencez ici ! [Blog](#) [A propos](#) [Magic'Camp](#) [Vincent DELOURMEL](#)


Blog




Le cerveau magicien

Le saviez-vous ? Si vous pouviez mettre bout à bout tous les vaisseaux sanguins présents dans votre cerveau, vous obtiendriez un réseau de 160.000 km. Mais si en chemin vous le priviez de sang durant quelques secondes, vous perdriez connaissance . Il faut savoir que votre cerveau utilise à lui seul 20% du sang de votre corps... alors qu'il ne pèse que 1,5 kg en moyenne ! Ce qui ne l'empêche pas de contenir environ 100 milliards de neurones et de transmettre les informations entre les cellules nerveuses à des vitesses atteignant 120 mètres par seconde !

[Lire la suite](#) [Modifier le contenu](#)

 Publié le dimanche 6 août 2017 à 11h52 par Vincent Delourmel dans la catégorie [Blog](#) [1 commentaire](#)




Dans l'esprit d'un magicien

« Les vrais secrets de la magie sont ceux par lesquels le magicien est capable d'influencer l'esprit du spectateur. »


Daniel Fitzkee

La plupart des gens ont du magicien l'image de cet artiste mystérieux, avec une baguette magique, souvent vêtu d'une cape et d'un chapeau haut de forme, prêt à faire sortir un lapin. Ils ont l'image de ce prodige capable de faire apparaître ou disparaître toutes sortes de choses de nulle part : des colombes, des cartes, des foulards...

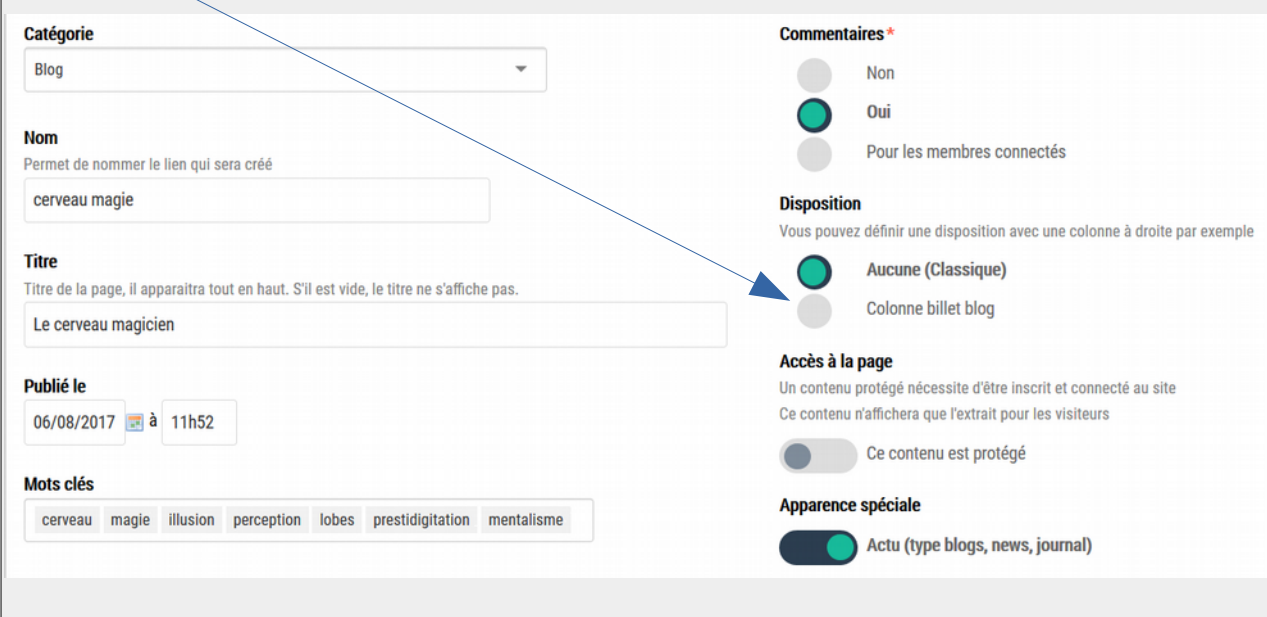
[Lire la suite](#) [Modifier le contenu](#)

 Publié le dimanche 6 août 2017 à 11h52 par Vincent Delourmel dans la catégorie [Blog](#) [Aucun commentaire](#)

Rejoignez Le Magic'Camp !



Remarque : vous pouvez insérer cette même colonne dans vos pages en cliquant sur « Dispositions » quand vous créez ou modifiez une page :



The screenshot shows a page editor interface with the following sections:

- Catégorie**: A dropdown menu with 'Blog' selected.
- Nom**: A text input field containing 'cerveau magie'.
- Titre**: A text input field containing 'Le cerveau magicien'.
- Publié le**: A date and time selector showing '06/08/2017 à 11h52'.
- Mots clés**: A list of tags including 'cerveau', 'magie', 'illusion', 'perception', 'lobes', 'prestidigitation', and 'mentalisme'.
- Commentaires ***: Radio buttons for 'Non', 'Oui', and 'Pour les membres connectés'. 'Oui' is selected.
- Disposition**: Radio buttons for 'Aucune (Classique)' and 'Colonne billet blog'. 'Aucune (Classique)' is selected.
- Accès à la page**: A toggle switch for 'Ce contenu est protégé', which is currently off.
- Apparence spéciale**: A toggle switch for 'Actu (type blogs, news, journal)', which is currently on.

Dès lors que vous créez une « Disposition », celle-ci apparaît dans l'édition de vos pages, catégories etc.

Comment créer le menu de votre site

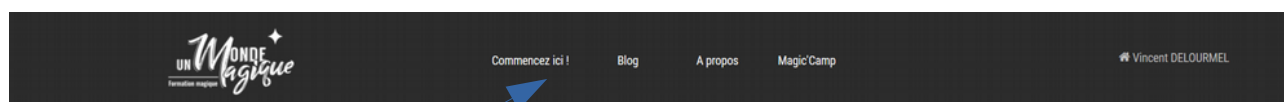
Vous allez vite vous rendre compte que votre vrai boulot sur votre site Zerudi consiste à créer des pages. Après ça n'est que de l'agencement.

Vous agencez vos pages :

- en scénario marketing si ce sont des pages de vente
- en parcours de formation si ce sont des pages pédagogiques
- dans une catégorie blog pour les retrouver au même endroit

Si vous avez compris ça, vous avez tout compris, ou presque, à l'application.

Par exemple, sur le site <https://un-monde-magique.fr>, le menu est composé de 4 liens :



Les liens vers la page « Commencez ici », vers la catégorie « Blog » où on retrouve toutes les pages de blog, la page « A propos » et le lien vers le « Magic'Camp ».

Pour définir votre menu, c'est très simple : cliquez sur « Définir les menus ». Vous tombez sur une page où vous pouvez agencer vos menus de ce qu'on appelle l'entête et ceux du pied de page :

Définir les menus

Modifier pour la formation : *Général*

← Revenir aux contenus

Gérez vos menus simplement avec vos pages de contenus ou des pages spéciales.
Vous pouvez créer autant de menus que vous voulez.

Nom de ce menu ✓ Ajouter ce nouveau menu


Menu

Nom du lien à chercher ou url complète Ajouter

📄 Commencez ici !	https://un-monde-magique.fr/p-Commencez_ici	🗑️
📄 Blog	https://un-monde-magique.fr/c-Blog	🗑️
📄 A propos	https://un-monde-magique.fr/p-A_propos	🗑️
📄 Magic'Camp	https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/m-Le_Magic_Camp	🗑️

Vous pouvez créer des menus réutilisables à volonté, mais commençons par créer votre menu principal.

Indiquez juste dans le champ « Nom du lien à chercher ou url complète » le début de votre page web que vous aimeriez partager dans votre menu. Si vous tapez les premières lettres, le logiciel devrait vous faire une série de propositions. Sinon indiquez l'url exacte de votre page web. Puis cliquez sur « Ajouter ». C'est tout !

Continuez avec les différentes pages que vous aimeriez montrer dans votre menu et réagencez l'ordre du menu avec votre souris, juste en attrapant les pages avec l'icône 

Vous pouvez renommer les liens : il vous suffit de surligner le nom de la page et de le modifier en temps réel :

Menu

Nom du lien à chercher ou url complète Ajouter

📄 Commencez ici !	https://un-monde-magique.fr/p-Commencez_ici	🗑️
📄 Blog	https://un-monde-magique.fr/c-Blog	🗑️
📄 A propos	https://un-monde-magique.fr/p-A_propos	🗑️
📄 Magic'Camp	https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/m-Le_Magic_Camp	🗑️

Vous pouvez définir également votre menu de pied de page :

Pied de page

Nom du lien à chercher ou url complète Ajouter

📁 Sites partenaires	https://un-monde-magique.fr/p-Sites_partenaires	🗑️
🔗 CGV	https://un-monde-magique.fr/conditions_generales_de_ventes.html	🗑️
🔗 Politique de confidentialité	https://un-monde-magique.fr/politique_confidentialite.html	🗑️

La procédure est la même : remplissez le champ ici et créez votre menu !

Vous avez aussi à votre disposition des pages spéciales :

Liste des pages spéciales

Voici la liste des pages automatiques que nous avons préparé pour vous.

CGV	https://un-monde-magique.fr/conditions_generales_de_ventes.html
Politique de confidentialité	https://un-monde-magique.fr/politique_confidentialite.html
Page de contact	https://un-monde-magique.fr/page_de_contact.html
Page de classement	https://un-monde-magique.fr/classement.html
Magie	https://un-monde-magique.fr/
Nos formations	https://un-monde-magique.fr/nos_formations.html

Elles sont prédéfinies pour vous faire gagner du temps : ainsi on devrait retrouver sur votre site, dans le pied de page, au moins les CGV, la politique de confidentialité et votre page de contact. Indiquez juste dans le champ « Nom du lien ou url complète » les premières lettres de Politique et le logiciel vous trouvera cette page. Faites « Ajouter » et le tour est joué !

Comment définir votre page d'accueil

Votre site doit donner envie aux personnes qui le visitent d'aller plus loin. S'ils tombent sur la page principale, la page d'accueil, celle-ci doit être attractive. Vous devez donc construire cette page (des modèles vous sont proposés en partie 3) et la définir comme page d'accueil.

Une fois la page créée, il vous suffit de cliquer sur « Définir la page d'accueil ». Vous arrivez ici :

A vous de jouer

Créez maintenant vos 12 premières pages

Vous n'allez évidemment pas maîtriser la plateforme Zerudi du jour au lendemain. La procédure décrite dans le chapitre 2 est avant tout un repère rapide pour vous permettre de créer les pages dont vous avez besoin, mais aussi de les agencer.

Dans un premier temps vous allez créer des pages relativement simples qui doivent permettre de convertir des visiteurs en prospects et des prospects en acheteur. Votre boussole sera toujours votre chiffre d'affaire.

AVANT DE COMMENCER : pour que les personnes s'inscrivent sur votre site, vous allez devoir leur proposer quelque chose en échange. Une ressource GRATUITE. Le mieux, c'est de créer pour eux un contenu TRES attractif. Ce qu'on appelle « à forte valeur ajoutée ». Cela peut être :

- une vidéo (courte mais impactante)
- une checklist (« les 10 points clés pour éduquer son chien » par exemple)
- un PDF (là aussi, court, efficace, percutant)
- des fiches pratiques
- etc.

Cette ressource doit vraiment être UTILE. Il faut que par la suite, vos prospects soient convaincus. Pour ensuite acheter chez vous. Vous comprenez ? Soyez PRO, GENEREUX, et PERCUTANT.

Étape 1 : votre page d'accueil

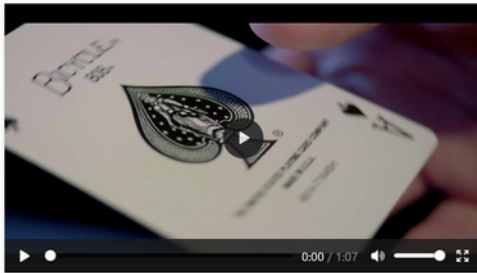
La page d'accueil est le premier contact avec vos visiteurs. Retenez cette règle simple : **les visiteurs ne doivent avoir qu'une action visible à faire quand ils arrivent sur n'importe quelle page** :

- sur la page d'accueil : un bouton qui les pousse à en savoir plus
- sur la page de capture : un formulaire pour s'inscrire
- sur une page de vente : un bouton d'achat

Retenez cette règle : une page = une action unique visible

Passons en revue de bonnes page d'accueil : vous verrez, elles ne proposent qu'une action visible !

Comment devenir magicien ?



Vous avez toujours rêvé **étonner vos amis**, votre famille, vos proches par des **tours de magie** ? Devenir **prestidigitateur** ? Vous avez de 12 à 99 ans, vous aimeriez **surprendre, briser la glace**, devenir le centre d'intérêt et apprendre les **secrets des magiciens** ?

↪ **Apprenez votre premier tour
MAINTENANT !***

*Et présentez-le dès ce soir : succès GARANTI !

Apprendre la Magie ?

Depuis de nombreuses années, **l'art magique se démocratise**. Cependant, le constat est clair et alarmant : il n'existe pas à ce jour de programmes de formations clairs et précis qui ont pour vocation de guider l'apprenant pas à pas vers l'autonomie et la compréhension de cet art. Sur **Un Monde Magique**, vous n'apprenez pas seulement des tours mais aussi des **numéros complets**, des modes de pensée, des théories, des constructions **pour vous permettre de progresser à votre rythme et de façon fiable**.



La méthode

Chaque module est construit sous la forme d'un **numéro progressif** : l'idée, c'est de vous former à présenter comme il faut une séquence magique avec un début, un milieu et une fin. Pour y parvenir, outre les tours de magie, **nous vous enseignons les bases psychologiques de la relation humaine appliquées au spectacle magique** : attirer l'attention, briser la glace, maintenir l'intérêt, créer du suspens, créer un impact émotionnel. Rien n'est laissé au hasard : l'enjeu est d'atteindre le succès attendu.



Nos formations

Les formations sont en vidéos, accompagnées de réflexions et parfois de regroupement en salle de conférence virtuelle, à distance, en direct avec le formateur. Toutes les vidéos sont réalisées à l'aide de différentes caméras pour appréhender le plus efficacement possible les différents mouvements, les gestuelles exactes à adopter. Vous avez accès à différents modules de différentes natures, du plus simple au plus compliqué. **En fonction de vos attentes nous produisons des parcours adaptés**.



↪ **Vous aussi, étonnez vos amis MAINTENANT ! ***

*Votre premier tour dès ce soir : succès GARANTI !



Modifier le contenu

Remarquez comment est construite cette page :

- Une accroche : « Comment devenir magicien ? »
- Une vidéo à gauche rapide : ça pourrait être un visuel
- Un bouton d'action à droite bien visible
- Quelques éléments explicatifs dessous
- Et à nouveau le gros bouton rouge en-dessous

Développez une mémoire prodigieuse !

Vincent DELOURMEL

*A Toutes Celles Et Ceux Qui En Ont Marre D'Oublier,
 Et Qui Veulent Développer Une Mémoire Exceptionnelle
 pour Apprendre Vite Et Mieux*

 Cliquez ici pour apprendre à mémoriser vite et bien



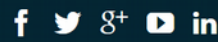
Bonjour, mon nom est **Vincent Delourmel** et je suis mnémologiste. Mnémologiste ? C'est un spécialiste des stratégies de mémorisation. Et sur ce site, je partage avec vous toute mon expertise sur l'art de la mémoire. Mon histoire débute sur scène : je suis illusionniste de formation, et c'est dans le cadre de spectacles que j'ai développé toutes mes stratégies de mémorisation. Au début je m'amusais à **mémoriser les prénoms de mes spectateurs, parfois plus de 100 !** Vous aussi, vous pouvez le faire : il suffit de connaître le "truc" ! Aujourd'hui ? Je me suis lancé un défi un peu fou : **mémoriser une encyclopédie de culture générale**. Imaginez : vous me donnez n'importe quel numéro de page et je retrouve instantanément son titre, de quoi ça parle, les images associées et répondre à des tas et des tas de questions ! Et ça aussi, **vous pouvez le faire !**



[Twitter](#) [Facebook](#) [YouTube](#) [LinkedIn](#) [Email](#)
 Modifier le contenu

[FAQ](#)
[CGV](#)
[Nos formations](#)
[Qui suis-je ?](#)
[Partenaires](#)
[Politique de Confidentialité](#)

Vincent Delourmel – <https://les-secrets.com>
 27, rue de la Carrière – 35000 Rennes
 06.17.64.37.72 - vincentdelourmel@les-secrets.com



Profil page

Zerudi.com

Cette page est plus courte que la précédente :

- Une accroche : « A toutes celles et ceux etc. »
- Un bouton d'action rouge : ces deux éléments sont créés dans un groupe de bloc avec une image en fond pour le design
- La présentation de l'auteur
- Quelques éléments de preuves sociales : les passages TV

ÉTRE milli
efficace.fr

Testez Gratuitement! Qui sommes-nous?

"L'ART DE PRODUIRE LE MAXIMUM DE RÉSULTATS AVEC LE MINIMUM DE MOYENS"

COMMENT DEVENIR PLUS EFFICACE ?

Notre époque est sans cesse en mouvement. Tout va vite. Chaque journée vous demande d'être réactif, réactifs. Et ça demande une certaine agilité dans divers domaines. C'est parfois épuisant. Vous devez faire preuve d'organisation, de compétences, de réflexes : bref, d'efficacité. Découvrez ici une ressource complète sur l'art de l'efficacité dans un maximum de domaines. L'objectif est bien de vous permettre plus de performance et un réel gain de temps dans votre quotidien personnel et professionnel.

Problèmes d'efficacité ?

Testez gratuitement

NOTRE OFFRE

- Des contenus ciblés, précis, courts et qui répondent à vos besoins
- Des notions et astuces immédiatement applicables dans votre quotidien
- De nouveaux contenus chaque semaine pour progresser dans tous les domaines

Je veux en savoir plus

NOTRE PLATEFORME

Vous avez accès à un espace privé dans lequel vous profitez de vidéos visuelles sur l'efficacité, précises et volontairement courtes de 2 à 4 minutes maximum. Nous avons pris le soin, pour chaque vidéo, d'extraire l'essentiel. Vous pouvez les suivre de chez vous, ou en déplacement sur votre mobile. Ces vidéos s'autosuffisent : vous n'avez pas besoin de naviguer : il vous suffit juste de les visionner. Chaque enseignement est indépendant. Vous pouvez commencer de n'importe où ! Chaque vidéo aborde une thématique et vous permet de progresser immédiatement. Cette ressource est à votre disposition 24/7, nuit et jour, toute l'année.

- Accès permanent aux vidéos
- Possibilité d'utiliser le site sur n'importe quel support

Je teste gratuitement

TÉMOIGNAGES

Quelles sont les impressions sur le site Internet ?

Que pensez-vous de l'ergonomie du site ?

Des vidéos qui vont droit au but. *Christophe, entrepreneur*

Des informations sélectionnées et faciles à assimiler. *Elena, étudiante*

Une page plus longue mais... :

- avec un seul bouton d'action
- une vidéo courte de présentation
- des témoignages

Vous pourriez aussi avoir des pages de capture en page d'accueil :

The screenshot shows a website landing page for 'Apprendre Vite & Bien' by Cyril Maître. The header includes navigation links for 'Inscription', 'Connexion', and 'J'aime 14 K'. The main navigation bar contains 'commencez-ici', 'Le blog!', 'Ateliers en ligne', 'Formations en salle', and 'A propos...'. The main content area features a title 'Comment Apprendre Vite et Bien' and a central message: 'Apprenez À Clarifier Vos Idées Avec La Pensée Visuelle Pour : Apprendre Facilement Et Durablement Être Plus Efficace Au Quotidien Organiser Vos Idées Et Votre Vie'. Below this is a video player with a play button and a thumbnail showing the text 'APPRENDRE VITE & BIEN'. To the right of the video is a sign-up form titled 'Recevez maintenant les vidéos et les fiches pratiques :'. The form has two input fields for 'Votre prénom' and 'Votre email', a dark blue button labeled 'Je veux recevoir la première vidéo tout de suite', and a small link for 'Consulter notre politique de confidentialité'. Social media icons for heart, clock, and share are also visible.

Ici vous avez :

- une accroche
- une vidéo à gauche
- un formulaire d'inscription à droite

Par expérience, je peux vous dire que cette façon de faire est moins pertinente qu'une page d'accueil simple avec un bouton d'action qui amènerait dans un second temps sur une page de capture.

Dans tous les cas, il convient de tester et d'ajuster s'il le faut.

Rappelez-vous qu'une personne qui arrive sur votre site doit savoir en 2 secondes ce qu'elle doit faire. **Il faut que ça soit visible, claire et précis.**

A VOUS DE JOUER : Ne réinventez pas la roue ! Commencez par copier ce qui fonctionne. Essayez de reproduire les pages du site Magie ou celle du site de Vincent. Aidez-vous du mode d'emploi et des consignes ci-dessous.

Inscription Connexion

KatellMAITRE naturopathe

Prenez votre santé en main avec la naturopathie

Commencez ici ! Le blog ! À propos... Programme Natur'elles

Êtes-vous comme la majeure partie des gens soucieux d'atteindre un idéal de vie qui vise à "Un esprit sain dans un corps sain" ?

Devenez LA Référence Familiale En Remèdes Naturels

Téléchargez MAINTENANT vos 10 fiches pratiques

Je m'appelle Katell Maitre et je suis naturopathe depuis 1997.

La naturopathie est avant tout une approche préventive pour garder (ou retrouver) la forme. Elle permet de gagner en autonomie pour savoir prendre soin de soi et de ses proches. Elle se base sur l'acquisition de réflexes alimentaires : savoir reconnaître ces aliments qui vous apportent un mieux-être. Elle apporte aussi des solutions naturelles pour gérer tous les incidents rencontrés dans la vie quotidienne, en famille, chez soi, lors d'une promenade ou d'un voyage. Elle permet de se réapproprier sa vie tout en sachant bénéficier des multiples avantages que procurent les plantes médicinales et sauvages.

“ Merci à Katell pour son écoute et son professionnalisme (connaissances et empathie). Elle m'a bien aidé avec ses précieux conseils, et ses diverses prescriptions personnalisées. J'ai progressé dans ma vie personnelle et pu commencer à changer mes "mauvaises" habitudes alimentaires.
Sabine RINGUET (SR ADN WEB) ”

“ Bonne prise en charge et très bons conseils. Katell m'a bien accompagné dans mon rétablissement. Katell est très professionnelle et à l'écoute du patient.
Benjamin ”

À propos... CGV Politique de confidentialité

Katell Maitre - <https://katell-maitre.com>
12, rue Jeanne Malivel - 44800 SAINT-HERBLAIN
06.47.56.86.22 - katell.maitre@gmail.com

f t y

Comment créer une page comme celle de Katell, Vincent ou d'autres Zerudiens ?

Cette page est constituée du « Groupe de blocs » :

Contenu

Source

Copier Coller après Annuler (0) Refaire (0) Tout effacer Importer de l'HTML

Blocs (27) Modèles (11) Rechercher

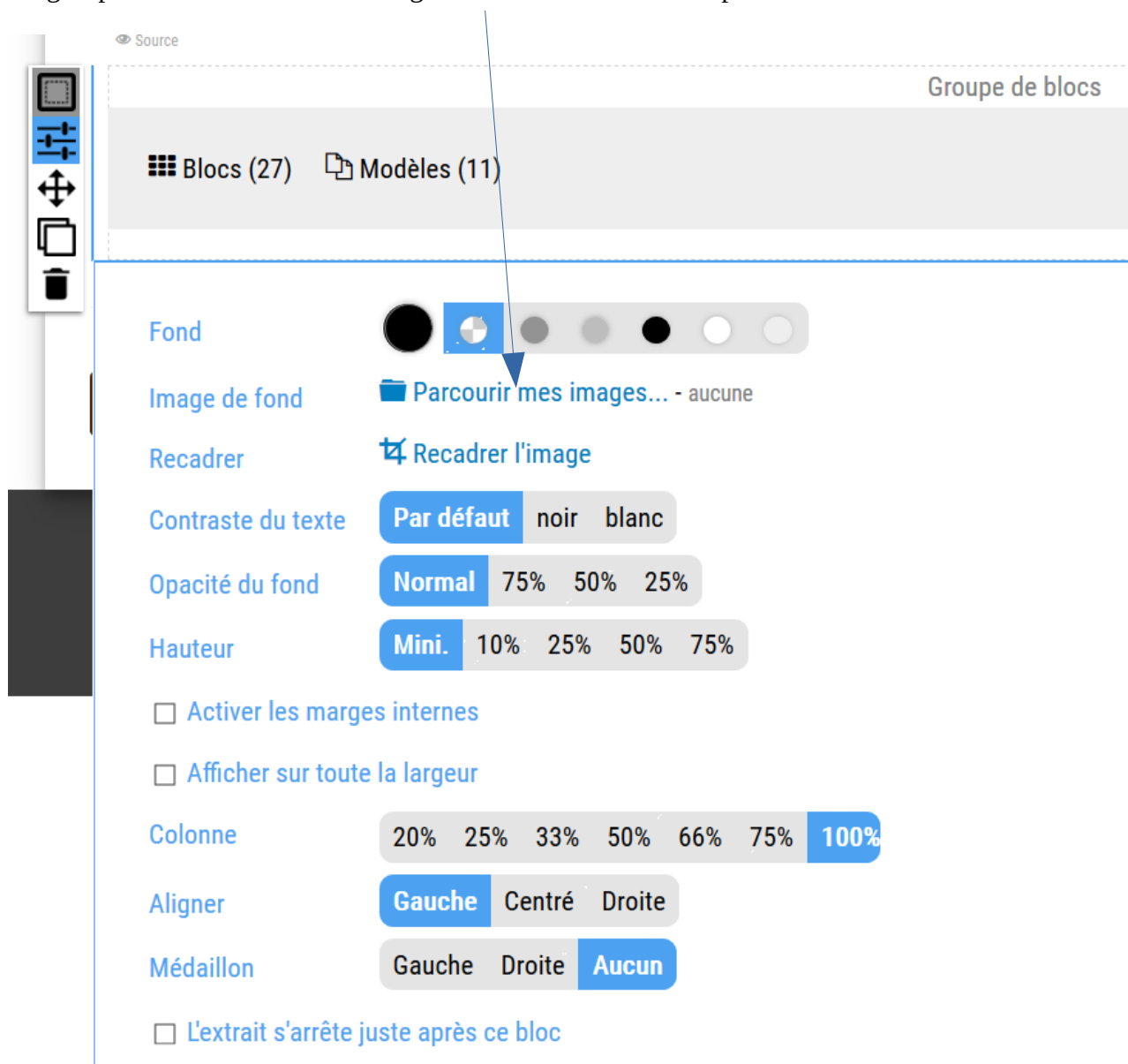
Blocs communs

- Titre
- Vidéo
- Texte
- Audio
- Liste
- Groupe
- Image
- Bouton

Blocs divers

- Vidéo externe
- Espaceur
- Affichage retardé
- Compte à rebours

Ce groupe de bloc contient une image en fond et ces différents paramètres :



On a donné une hauteur de 25 %, activé les marges internes et affiché sur toute la largeur

Puis on inséré à l'intérieur du texte que nous avons surligné en jaune, une accroche et un bouton avec fond rouge.

Sous ce groupe de bloc, la photo de Katell, sa présentation rapide et deux témoignages.

EN VIDEO :

Retrouvez une courte vidéo de démonstration ici :

https://zerudi.com/p-Guide_Pratique

Étape 2 : votre page de capture

Le gros bouton rouge (ou la couleur que vous souhaitez, tant que c'est visible) pointe vers une page dite de « capture ». On va commencer par créer la page et revenir sur la page d'accueil pour indiquer le lien.

Voici différentes pages de capture :

KatellMAITRE
naturopathe

Prenez votre santé en main avec la naturopathie

Commencez ici ! Le blog ! À propos... Programme Natur'elles

Vos 10 Astuces Pratiques Et Faciles Pour Améliorer Votre Santé Et Celle De Votre Famille Dès Ce Soir

Inscrivez-vous ci-dessous maintenant :

Votre prénom

Votre email

Téléchargez vos fiches ! C'est gratuit !

[Consulter notre politique de confidentialité](#)

Vous pouvez également vous connecter, si vous possédez déjà un compte

10 fiches conseils gratuites pour vous aider à prendre votre santé en main

► **Sommaire des 10 fiches :**

- FICHE N°1 : **FORMES GALÉNIQUE**, choisir celle qui vous convient
- FICHE N°2 : **PRÉCAUTIONS D'EMPLOI**, pour une utilisation en toute sécurité
- FICHE N°3 : **GÉREZ VOTRE SANTÉ**, au fil des saisons
- FICHE N°4 : **DRAINEZ VOTRE CORPS**, au printemps et à l'automne
- FICHE N°5 : **SOIGNEZ 7 MAUX DU QUOTIDIEN**, naturellement et rapidement
- FICHE N°6 : **CRÉEZ VOTRE TROUSSE DE SECOURS**, pour la maison et les déplacements
- FICHE N°7 : **BIEN PRÉPARER UN JEUNE**, précautions à prendre
- FICHE N°8 : **GÉREZ VOS ÉMOTIONS**, avec les élixirs floraux et les huiles essentielles
- FICHE N°9 : **COMMENT PRENDRE SOIN DE VOTRE FOIE**, sans le contrarier !
- FICHE N°10 : **ALLERGIES ET ALIMENTATION**, comment manger sans gluten et sans laitages

À propos...
CGV
Politique de confidentialité

Katell Maitre - <https://katell-maitre.com>
12, rue Jeanne Malivel - 44800 SAINT-HERBLAIN
06.47.56.86.22 - katell.maitre@gmail.com

f t y

Zerudi.com

La procédure sera toujours la même :

- une accroche
- un visuel sur la gauche
- un formulaire d'inscription à droite
- Et, pourquoi pas, une info en dessous : ici le sommaire des 10 fiches pratiques

Voici une autre page de capture :

UN MONDE magique
Formation magique

[Commencez ici !](#) [Blog](#) [A propos](#) [Magic'Camp](#) [Inscription](#)

*Imaginez : votre spectateur ou spectatrice fait un choix parmi 3...
Et vous devinez ce choix instantanément en lisant dans ses pensées !*

Dès Ce Soir, **Frappez Fort** En **Lisant Dans Les Pensées** De Vos Spectateurs !

Indiquez-moi à quelle adresse mail valide envoyer votre premier tour (gratuit et sans engagement de votre part) :

ATTENTION : pour accéder à la vidéo explicative, vous devrez valider votre inscription dans le mail reçu



Apprenez ce premier tour de lecture de pensée ! Succès garanti !

Imaginez !

Vous êtes en soirée, au restaurant ou chez vous. Le moment idéal pour aborder des sujets "légers", divertissants, comme cette capacité qu'auraient certaines personnes à ressentir l'énergie chez les autres. A **deviner les choses**.

Proposez à un spectateur ou une spectatrice de choisir une carte parmi 3 ou n'importe quel objet parmi 3. Vous ne voyez rien. Vous pourriez même être en dehors de la pièce. Pourtant, **sans aucune hésitation, vous savez ce que cette personne a choisi**. Sans l'ombre d'un doute. **Immédiatement**. Instantanément. Sans erreur, à chaque fois. Don ? Pouvoir ? Non, juste **une technique de magicien que vous allez adorer !**

[Je veux apprendre ce tour de magie :](#)

Votre prénom

Votre email

Montrez-moi le truc maintenant !

[Consulter notre politique de confidentialité](#)

Vous pouvez également [vous connecter](#), si vous possédez déjà un compte

[Twitter](#) [Facebook](#) [YouTube](#) [LinkedIn](#) [Email](#)

On retrouve :

- un « chapeau » pour introduire l'accroche
- une accroche
- un visuel à gauche
- un formulaire à droite
- et un petit descriptif en dessous

Une fois inscrit, le prospect reçoit un email de confirmation (que vous avez défini dans vos paramètres d'emails, voir la section « emails texte ») qui le redirige vers la page d'atterrissage.

EN VIDEO :

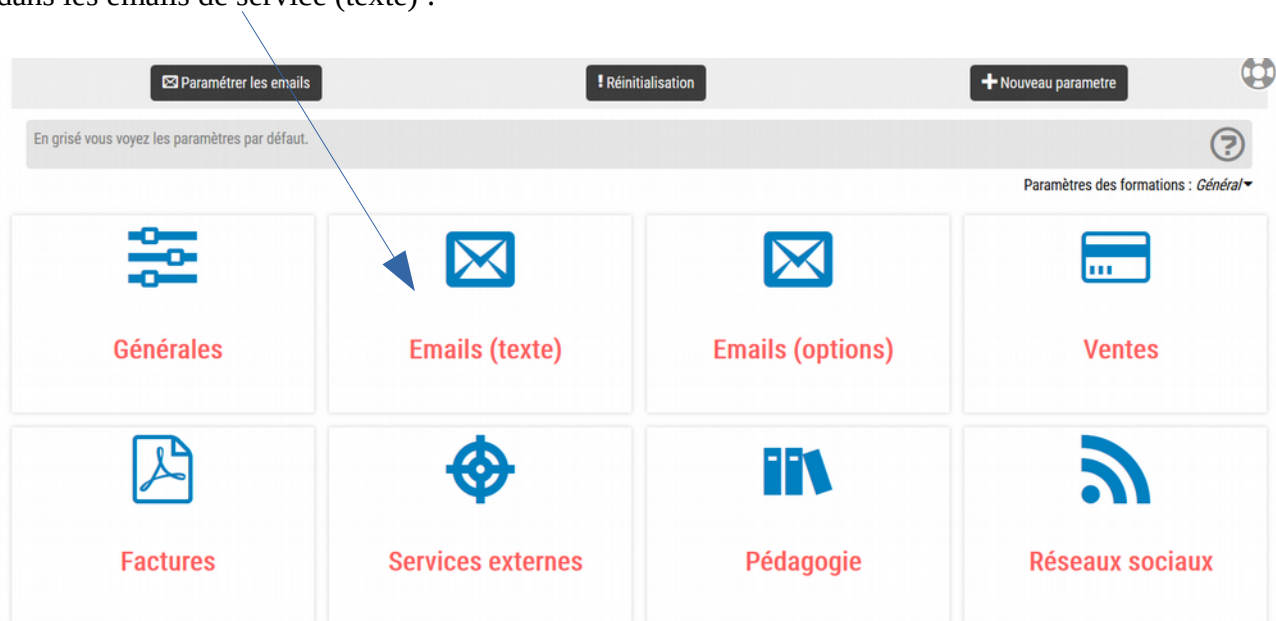
Retrouvez une courte vidéo de démonstration ici :

https://zerudi.com/p-Guide_Pratique

Étape 3 : votre page d'atterrissage

La page d'atterrissage, c'est là où arrivent les personnes qui viennent de s'inscrire (les prospects) sur votre site à partir d'une page de capture (vous pouvez évidemment créer autant de pages de capture que vous voulez, sur différents sujets et pour différentes cibles).

Quand la personne s'inscrit, elle reçoit un email automatique avec un lien automatique prédéfini dans les emails de service (texte) :



Les textes concernant les emails de service

Paramètre	Valeur
✳ Email envoyé lors de l'inscription	Veillez confirmer votre inscription
✳ Email envoyé lors d'une demande de nouveau mot de passe	Votre nouveau mot de passe
✳ Email envoyé lors de la validation	Vous êtes bien inscrit (firstname) !
✳ Email envoyé lorsqu'un utilisateur change son email	Vous avez changé d'email
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande ferme est payée	Merci pour votre commande : voici votre accès
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande qui contient des paiements partiels est initiée	Votre règlement en plusieurs fois
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande qui contient des paiements partiels est payée totalement	Commande en plusieurs fois terminée
✳ Email envoyé lorsque qu'un paiement est demandé	{firstname}, vous avez un règlement en attente !
✳ Email envoyé lorsque qu'une carte bancaire est expirée	Votre carte bancaire arrive bientôt à expiration
✳ Email envoyé lorsque qu'un paiement récurrent est réalisé	Votre paiement de {amount} euros est validé
✳ Email envoyé lorsque qu'un paiement récurrent est refusé	Votre paiement de {amount} euros est refusé
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande est créée	Votre commande est enregistrée
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande est annulée	Votre paiement a été rejeté
✳ Email envoyé lorsque qu'une commande est remboursée	Votre commande a été remboursée
✳ Email envoyé au déverrouillage d'un module (par le formateur)	Déverrouillage du module (module_name)

Il s'agit de l'email « envoyé lors de l'inscription » ici

Il y a un lien « automatique », une variable en fait, qui redirige vers la page que vous aurez indiqué dans le formulaire d'inscription (voir plus loin) :

Email envoyé lors de l'inscription - email_activation

Sujet du mail

Veuillez confirmer votre inscription

Contenu du mail

(Taper { } pour connaître les variables disponibles)

Bonjour (firstname),


Vous êtes presque inscrit sur le site <https://un-monde-magique.fr>

Vous devez impérativement confirmer votre inscription en cliquant sur le lien ci-dessous :

{activation_link}


A très vite !

Cette variable génère automatiquement le lien prédéfini dans le formulaire d'inscription. Surtout, ne l'enlevez pas !!! Vous pouvez modifier tout le reste du contenu, mais **il faut impérativement laisser cette variable**. Quand les gens cliquent sur le lien généré, ils valident leur inscription et sont redirigés vers la page d'atterrissage, par exemple :

Commencez ici ! Blog A propos Magic'Camp Vincent

Vous mourrez d'envie de savoir comment ça marche ? L'explication ci-dessous :

L'explication !



Pour aller plus loin

Si vous utilisez 3 tasses, voici la méthode exacte : en retournant les 3 tasses, vous trouverez ou remarquerez une légère différence, peut-être un point, une salissure, un endroit abîmé sur l'une des trois. Elle sera votre tasse témoin et vous la placerez au centre.

Si le spectateur met son objet sous la tasse du milieu (la tasse témoin), alors il inverse les deux autres. En vous retournant, vous constaterez que la tasse du milieu n'aura pas bougé : l'objet est donc dessous.

Si la tasse témoin est à votre droite, ça signifie que l'objet est sous la tasse de gauche.

Si la tasse témoin est à votre gauche, alors l'objet est sous la tasse de droite.

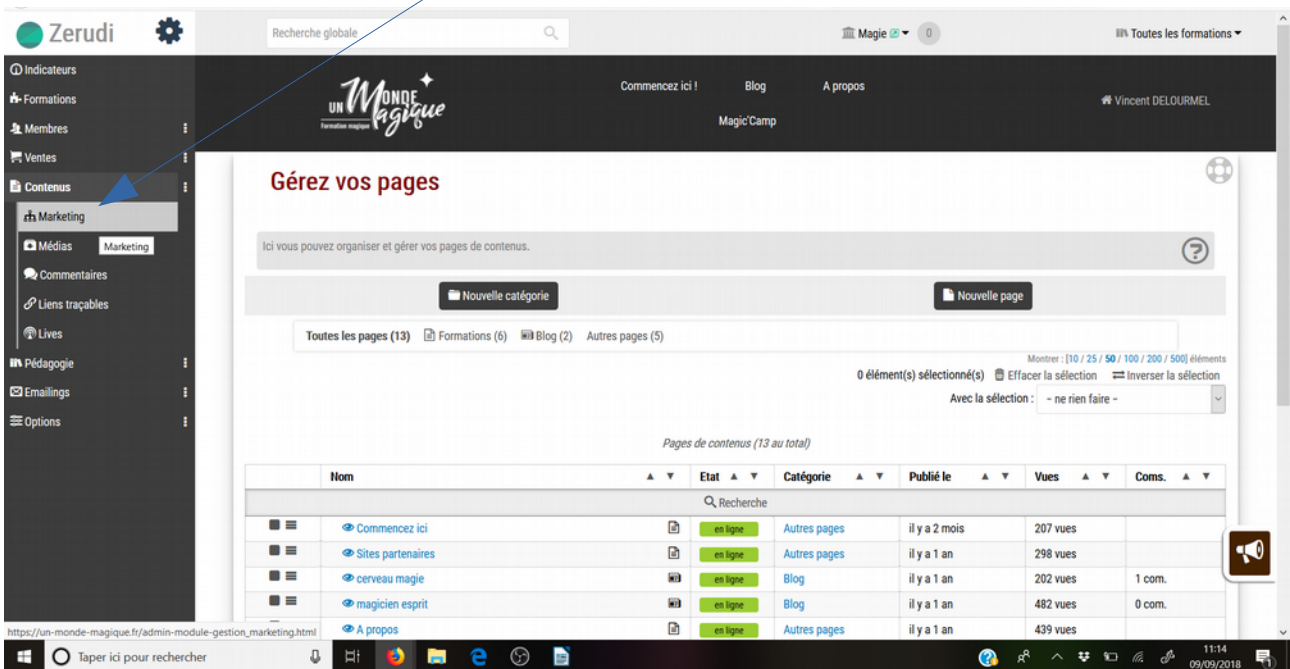
[Découvrez le Magic'Camp et devenez vous aussi MAGICIEN ! →](#)

[Modifier le contenu](#)

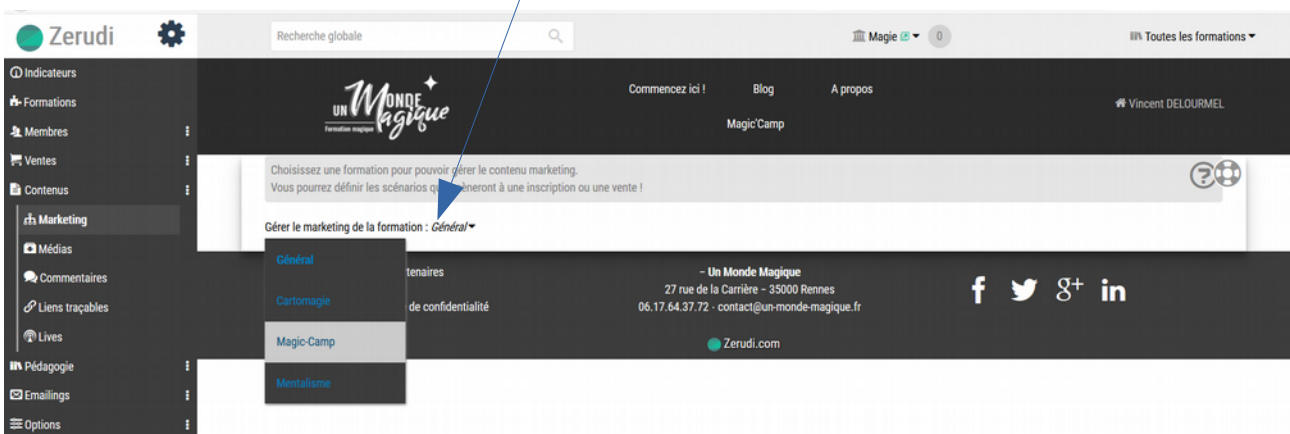
Cette page d'atterrissage délivre le contenu promis et propose « d'aller plus loin » avec un bouton qui pointe vers la page de vente.

Où et comment créer votre page d'atterrissage ?

Idéalement, et pour plus de performance, votre page d'atterrissage doit faire partie d'un scénario marketing. C'est donc dans l'espace marketing que vous allez la créer pour ensuite l'organiser en scénario :



Puis choisissez l'espace de formation correspondant :



Vous arrivez dans l'espace marketing de cet espace de formation et vous créez une nouvelle page marketing :

Gestion marketing



+ Ajouter un scénario

Pages marketing

Comparatifs



Les scénarii marketing vous permettent de gérer le flux des visiteurs et de les amener là où vous voulez.
Gérez plusieurs scénarios pour des objectifs différents (exemples : vente de la formation, d'un module, d'une offre annexe, ...)

Scénarii par défaut

Par défaut, les internautes allant sur "https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/" arrivent sur :

La page d'accueil

Par défaut, les internautes visitant la pédagogie sans y avoir accès sont redirigés vers :

Scénarii marketing

Scénarii (2)

	Nom du scénario ▲ ▼	Nb de pages	Etat ▲ ▼	Lien direct du scénario
Recherche				
☰	Le Magic Camp	2	actif	m-Le_Magic_Camp →
☰	Magic-camp	4	actif	m-Magic_camp →

Pages marketing

+ Nouvelle page marketing

Cliquez sur « Nouvelle page marketing ».

Créez votre page normalement avec une petite subtilité : pour relier la page d'atterrissage à la page de vente, vous n'allez pas insérer de bouton mais plutôt utiliser le bloc « étape suivante » (qui n'existe que lorsque vous créez des pages dans l'espace marketing) :

Blocs d'interactions

- Rechercher
- Chat
- Contact

Blocs de vente

- Bouton étape suivante
- Inscription
- Bon de commande
- Ajouter au panier

Vous avez des options sur ce bouton :



Vous pouvez surtout définir le texte du bouton.

C'est tout !

Vous devrez insérer le même bouton d'action sur votre page de vente :

Étape 4 : votre page de vente

Une page de vente est une page qui présente votre service, votre formation ou votre produit dans le cas de supports pédagogiques (cartes, livres etc). Créer une page de vente s'apprend. Nous proposons des formations aux membres bâtisseurs pour devenir ce qu'on appelle « Copywriter ». Vincent a été formé par Christian Godefroy dans les années 90 puis 2000 et a été le premier partenaire de cet expert en lettres de vente. Il a par ailleurs rédigé plus d'une centaine de lettres pour ses propres besoins ou autres partenaires.

Pour faire simple, une lettre de vente est constituée d'une accroche, parfois d'un chapeau, d'un visuel et d'un appel à l'action. Puis du contenu avec les arguments de vente.

Si vous n'y connaissez rien, le mieux c'est de lire une ou plusieurs pages de vente. Une page de vente qui vend s'appuie sur les ressorts émotionnels, des arguments qu'on appelle des puces promesses, du storytelling...

Votre succès dépendra aussi de la qualité de votre page de vente. Une bonne page de vente, en revanche, ne convertira pas si vous ne ciblez pas bien. Donc la procédure est celle-ci :

Votre offre – pour la bonne cible – et une bonne lettre de vente

L'avantage d'une lettre de vente, et vous devez bien garder ça à l'esprit, c'est qu'elle joue le rôle du commercial... 24h/24 !

Soyons franc : rédiger une lettre de vente prend du temps, même pour un bon copywriter. Mais ce travail que vous faites une fois est valable toute la vie. Écrivez une fois une bonne lettre de vente et vous aurez toujours à vos côtés une solution pour générer des revenus.

Mieux, avec le temps, souvent, on peaufine les lettres de vente pour les rendre encore plus performantes. On peut aussi les relier à une seconde lettre pour faire ce qu'on appelle un « upsell » (mais pour commencer, faites les choses simplement comme conseillé dans ce guide pratique).

Voici différentes pages de vente (ou en tout cas la structure du début, la plus importante) :

Vos amis ne vont pas en revenir :

"Ils Ont Ri Lorsque Je Leur Ai Dit
Que J'étais Devenu **Magicien...**
Mais Quand **J'ai Présenté Mon Premier Tour...**"

JE DEVIENS MAGICIEN : JE REJOINS LE MAGIC'CAMP →

Madame, Monsieur,

Si vous avez toujours rêvé d'étonner votre entourage avec n'importe quel jeu de cartes, des pièces empruntées, des objets du quotidien, des gobelets, des ficelles ou juste en présentant des numéros de mentalisme, lisez attentivement ce qui suit. Dans quelques instants, si vous le désirez, vous pourrez faire partie du milieu très secret des illusionnistes : **celles et ceux qui créent l'impossible !**

Quelques minutes : c'est le temps qu'il vous faut pour intégrer votre **premier tour de magie à succès**. Celui qui fait que vos spectateurs, amis ou proches, sont convaincus que vous êtes un *vrai* magicien.

Une bonne lettre de vente commence par une promesse forte, parfois d'un chapeau, d'un bouton d'action et d'un visuel.

Ensuite, on passe à la rédaction de la lettre. Celle-ci doit être rythmée, haletante, prometteuse et jouer sur des ressorts émotionnels : le fait de devenir plus fort, plus intelligent, plus performant, plus riche (attention avec cette promesse) grâce à votre solution.

Voici d'autres exemples :



Une brûlure ? Une coupure ? Un mal de gorge ?
Une petite entorse ? D'autres soucis sans vraie gravité ?
Savez-vous qu'une bonne partie de ces troubles peuvent se résoudre simplement ?

"C'est Le Jour Où Ma Fille S'est Brûlée La Lèvre Que J'ai Adopté La Naturopathie"

Et vous, Qu'auriez-vous fait ?

Formation Naturopathie Familiale complète

-297€ seulement

OFFRE PROMOTIONNELLE DE PREVENTE

(SORTIE PRÉVUE COURANT SEPTEMBRE 2018) : 97 € !

Je rejoins le Programme Natur'elles →

Madame, Monsieur,



Avez-vous remarqué que c'est souvent le week-end ou un jour férié que votre enfant se réveille en hurlant au milieu de la nuit car il a mal à une oreille ? Ou que votre bébé pleure avec les joues enflammées ? Ou encore que vous vous réveillez avec un douloureux mal de gorge ? Un mal de tête épouvantable peut-être ?

A ce moment précis, vous avez ce réflexe : appeler la pharmacie ou le médecin de garde... voire même les urgences !

Et si vous aviez des remèdes naturels, sous la main, qui vous permettraient de réagir immédiatement pour vous soulager vous ou

Voir la page de vente : https://katell-maitre.com/Naturopathie_familiale/m-naturopathie
Repérez et prenez conscience de ces éléments que sont les accroches, les chapeaux et dans le cas précédent une incitation à l'action par l'effet promotionnel.

EN VIDEO :

Retrouvez une courte vidéo de démonstration ici :

https://zerudi.com/p-Guide_Pratique

Autre exemple :

*Je parcours le monde depuis 25 ans
pour partager et enseigner toutes mes pratiques
sur ce que j'appelle la Magie de la Mémoire*



"Qui D'autre Veut Connaître
Tous Mes Trucs Pour **Tout Mémoriser**,
Même Une Encyclopédie De Culture Générale ?*"

* Et mon bonus de fou : mes fiches encyclopédiques pour vous entraîner intelligemment !



Le programme complet pour développer et entraîner votre mémoire,
avec accès illimité dans le temps, les mises à jour régulières,
les nouvelles fiches à télécharger et imprimer, la communauté
pour **297 euros seulement**

Je profite de TOUT maintenant →

De Rennes, ce jour.

Madame, Monsieur,

Mon nom est **Vincent Delourmel** et je suis **mnémoniste**. C'est-à-dire un expert des stratégies de mémorisation. Si vous en avez marre d'oublier, si vous voulez **développer votre mémoire**, si vous désirez **vraiment progresser dans votre capacité à apprendre**, si vous avez un **besoin urgent d'aider vos enfants** à mieux retenir, *lisez attentivement ce qui suit.*

Toujours le chapeau, l'accroche, l'appel à l'action et un « faux visuel » qui est la photo de l'auteur. Dans tous les cas il est important que votre photo soit visible sur votre page : il s'agit d'un moyen simple de briser la glace avec vos lecteurs.

Voir la page de vente : https://les-secrets.com/Memo_camp/m-encyclopedie

EN VIDEO :

Retrouvez une courte vidéo de démonstration ici :

https://zerudi.com/p-Guide_Pratique

Étape 5 : votre page de commande

Le bouton d'action de la page de vente amène automatiquement vers la page suivante, qui est une page de commande (mais ça pourrait être une page intermédiaire, par exemple d'upsell : restons simple pour commencer !).

Une page de commande possède aussi une sorte d'accroche, un récapitulatif de la commande et un formulaire :

Passeport Pour **Mémo'Camp**

- Oui, Vincent, je décide de m'inscrire au Mémo'Camp afin d'optimiser et entraîner mes capacités cérébrales et cognitives
- Je profite de tout votre enseignement et des fiches pratiques de culture générale que vous créez de façon continue
- Les vidéos stratégiques, pratiques, les fiches encyclopédiques, les échanges me permettent de progresser de façon continue et confortable
- J'ai accès à vie au Mémo'Camp : la plus grande ressource en ligne sur la mémoire
- Je règle par CB, chèque, Paypal ou prélèvement ci-dessous :

Memo-camp



Développez votre mémoire, votre attention et toute votre cognition grâce au Mémo'Camp !

Comptant

247.50 € HT soit 297.00 € TTC



En plusieurs fois

247.50 € HT soit 297.00 € TTC
(3 x 99.00 € TTC tous les mois)



Vérifiez vos coordonnées

Nom*	DELOURMEL
Prénom*	Vincent
Raison sociale	
Adresse*	10 Mail Mitterrand
Ville* / Code postal*	RENNES 35000
Pays	France
Téléphone	33.61.76.43.77
Votre email*	vdelourmel@gmail.com



Je reconnais avoir lu et approuvé les Conditions Générales de Ventes

[Consulter notre politique de confidentialité](#)

Je m'inscris !

Pour valider cette commande, vous devez choisir un type de prix et confirmer les CGV !

Le formulaire s'insère en un clic dès lors que vous avez défini un tarif pour une formation ou un module (avec un paiement en ne fois ou plusieurs fois).

D'autres exemples :

➤ **Bravo, vous allez apprendre à mieux gérer vos bobos du quotidien**

Profitez de l'offre exceptionnelle ci-dessous. Vous serez les premiers à accéder à la formation sur la naturopathie familiale. Ceci est une PRÉVENTE. La formation vous sera ensuite délivrée petit à petit, à partir de mi-septembre.

➤ Naturopathie familiale



Cette formation comprend 4 modules. Vous comprendrez en quoi la naturopathie peut vous apporter un mieux-être physique et mental. Vous découvrirez comment faire de votre alimentation une cure de jouvence pour votre corps. Vous apprendrez à mieux gérer vos émotions, à vous y retrouver parmi tous les remèdes naturels existants et à savoir les utiliser aussi bien en préventif que pour vous soulager. Enfin vous apprendrez les gestes utiles en cas de petits bobos à soigner.

Comptant	En plusieurs fois
247.50 € HT - Promo : 80.83 € HT soit 97.00 € TTC <input type="radio"/>	272.50 € HT soit 327.00 € TTC <input type="radio"/> (3 x 109.00 € TTC tous les mois)

Vérifiez vos coordonnées

Nom* MAITRE

Prénom* Katell

Raison sociale

Adresse* 12 rue Jeanne Malivel

Ville* / Code postal* St Herblain 44800

Pays France

Téléphone

Votre email* katell.maitre@gmail.com

Je reconnais avoir lu et approuvé les **Conditions Générales de Ventes** [Consulter notre politique de confidentialité](#)

Pour valider cette commande, vous devez choisir un type de prix et confirmer les CGV !

Ici, vous voyez la promotion. Elle apparaît automatiquement dès lors que vous l'avez programmée dans les tarifs des formations et/ou des modules. Elle disparaît automatiquement quand la date de limite de fin de la promotion est atteinte.

Un dernier exemple :


Accès Au Magic'Camp

- **Oui, Vincent, je veux étonner moi aussi mon entourage avec des tours de magie.** Je veux non seulement apprendre un numéro complet, avec un début, un milieu et une fin, mais aussi toutes les subtilités psychologiques qui permettent aux magiciens de faire rêver leurs spectateurs.
- J'ai bien compris qu'il s'agissait d'un cours en vidéo complet, **réservé à un public de débutant.**
- A l'issue de ce cours, je suis capable de **briser la glace, d'établir un lien sympa avec mon entourage, de les étonner durablement du début à la fin.**
- **Grâce aux subtilités psychologiques,** je suis capable de tirer le meilleur de mon apprentissage pour faire de chaque tour un vrai succès

Pour profiter de ce cours inédit, je règle la somme de **297 euros** au lieu de 497 euros. Je peux régler en **12 mensualités de 24,75 euros**. J'ai accès à :

- **8 chapitres complets**
- **27 vidéos** de formation
- une **assistance** par email
- un **tour bonus** : "Mirage", offert avec le cours

Magic-Camp



Le Campus Magique pour apprendre l'art de l'illusionnisme de A à Z !

Comptant	<input type="radio"/>	En plusieurs fois	<input type="radio"/>
414.17-€-HT. Promo : 247.50 € HT soit 297.00 € TTC		414.17-€-HT. Promo : 247.50 € HT soit 297.00 € TTC (12 x 24.75 € TTC tous les mois)	

Vérifiez vos coordonnées

Nom *

Prénom *

Raison sociale

Adresse *

Ville * / Code postal *

Pays

Téléphone

Votre email *

Je reconnais avoir lu et approuvé les [Conditions Générales de Ventes](#)

[Consulter notre politique de confidentialité](#)

Pour valider cette commande, vous devez choisir un type de prix et confirmer les CGV !

ATTENTION : ça n'est pas parce que le prospect arrive sur la page de commande qu'il achète ! C'est pour cette raison que la page doit être bien faite, avec une reprise des arguments, un titre accrocheur etc.

EN VIDEO :

Retrouvez une courte vidéo de démonstration ici :

https://zerudi.com/p-Guide_Pratique

Étape 6 : comment lier les pages entre elles

Maintenant que vous avez créé ces premières pages, il faut les relier entre elles. C'est très simple et on va distinguer les liens entre les pages « simples » que sont la page d'accueil et la page de capture, des liens entre les pages marketing : la page atterrissage avec la page de vente et le bon de commande.

Lier la page d'accueil avec la page de capture :

Commencez par récupérer l'URL de la page de capture :

Page de contenu

Retour aux contenus | Voir la page | **Lien de la page** | Lien exportable | Dupliquer | Mettre à zéro les vues

Modifier cette page en ajoutant du texte, des images, des vidéos...
N'oubliez pas de la mettre en ligne pour que celle-ci soit visible de tous !

Catégorie

Nom
Permet de nommer le lien qui sera créé
Commencez ici

Titre
Titre de la page, il apparaîtra tout en haut. S'il est vide, le titre ne s'affiche pas.

Publié le
19/07/2018 à 16h59

Mots clés
magie magicien devenir magicien

Etat *

- en ligne
- hors ligne
- épinglé
- programmé

Contenu

Commentaires *

- Non
- Oui
- Pour les membres connectés

Disposition
Vous pouvez définir une disposition avec une colonne à droite par exemple

- Aucune (Classique)
- Colonne billet blog

Accès à la page
Un contenu protégé nécessite d'être inscrit et connecté au site
Ce contenu n'affichera que l'extrait pour les visiteurs

Ce contenu est protégé

Apparence spéciale

Actu (type blogs, news, journal)

Bloc d'espacement
*Imaginez : votre spectateur ou spectatrice fait un choix parmi 3...
Et vous devinez ce choix instantanément en lisant dans ses pensées !*

Dès Ce Soir, **Frappez Fort**
En **Lisant Dans Les Pensées** De Vos Spectateurs !

Puis, revenez sur l'édition de votre page d'accueil et insérez le lien dans les options du bouton :

Bloc d'espacement

Vous aussi, étonnez vos amis MAINTENANT ! *

ANTTI !

Mc
Mt

St

f

Titre: Vous aussi, étonnez vos amis MAINTENANT ! *

Lien vers: <https://un-monde-magique.fr/sl/comme>

Fond: [Red circle]

Icône: Aucune [Icons]

Taille: petit moyen **grand**

Marge horizontale: petite **moyenne** grande

Marge verticale: **petite** moyenne grande

Arrondi: Aucun léger **normal** complet

Bordure: Aucune **discrète** normale forte [Red circle]

Colonne: 20% 25% 33% 50% 66% 75% **100%**

Aligner: Gauche **Centré** Droite

Médailillon: Gauche Droite **Aucun**

L'extrait s'arrête juste après ce bloc

Remarque : si vraiment vous voulez être au top, transformez d'abord le lien de la page de capture en lien traçable et insérez plutôt ce lien traçable dans les options du bouton : nous vous rappelons qu'en procédant ainsi, vous exploiterez toute la puissance de votre site de Zerudi qui automatiquement segmentera vos listes d'emails par intérêt. Ainsi, toute personne qui cliquera sur ce lien sera automatiquement comptabilisé ET associé à un groupe d'intérêt.

Lier les pages marketing entre elles : de la page d'atterrissage jusqu'à la page de commande :

Les pages marketing se lient automatiquement entre elles à partir du moment où vous les organisez en scénario. Vous avez inséré des boutons d'action sur les pages d'atterrissage et de vente. Il vous suffit maintenant de les intégrer dans un scénario :

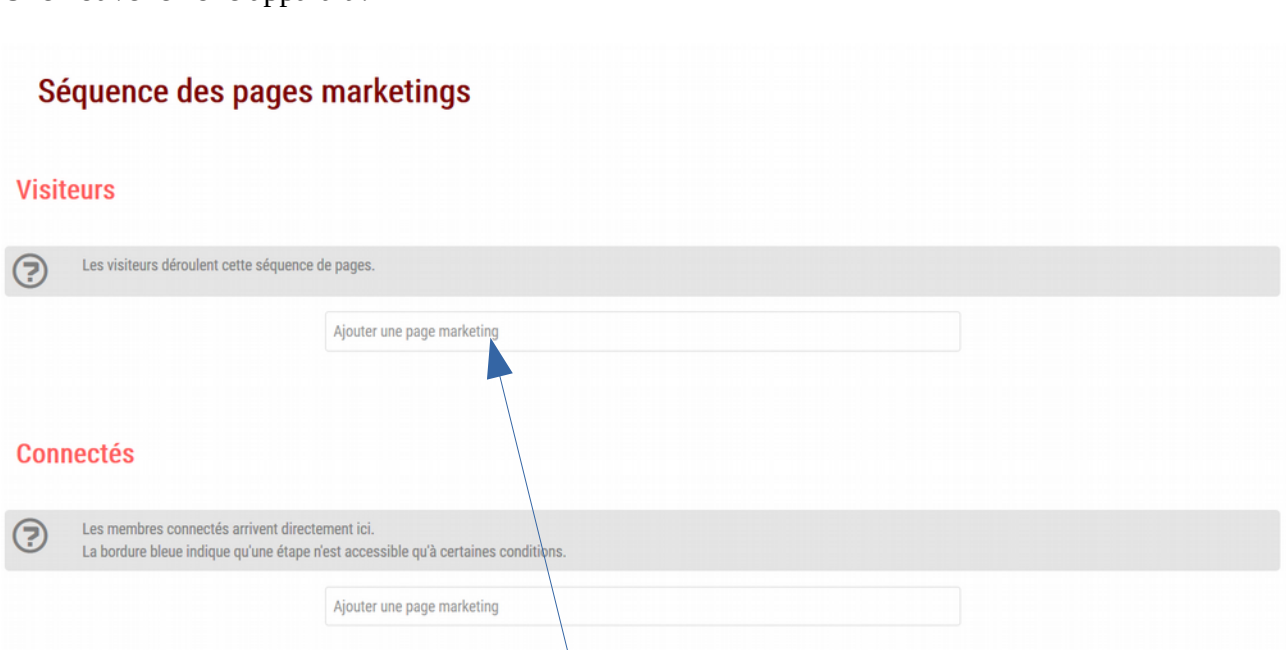
Cliquez sur « Ajouter un scénario » :



Donnez un nom à votre scénario et rendez-le actif. Puis, enregistrez.

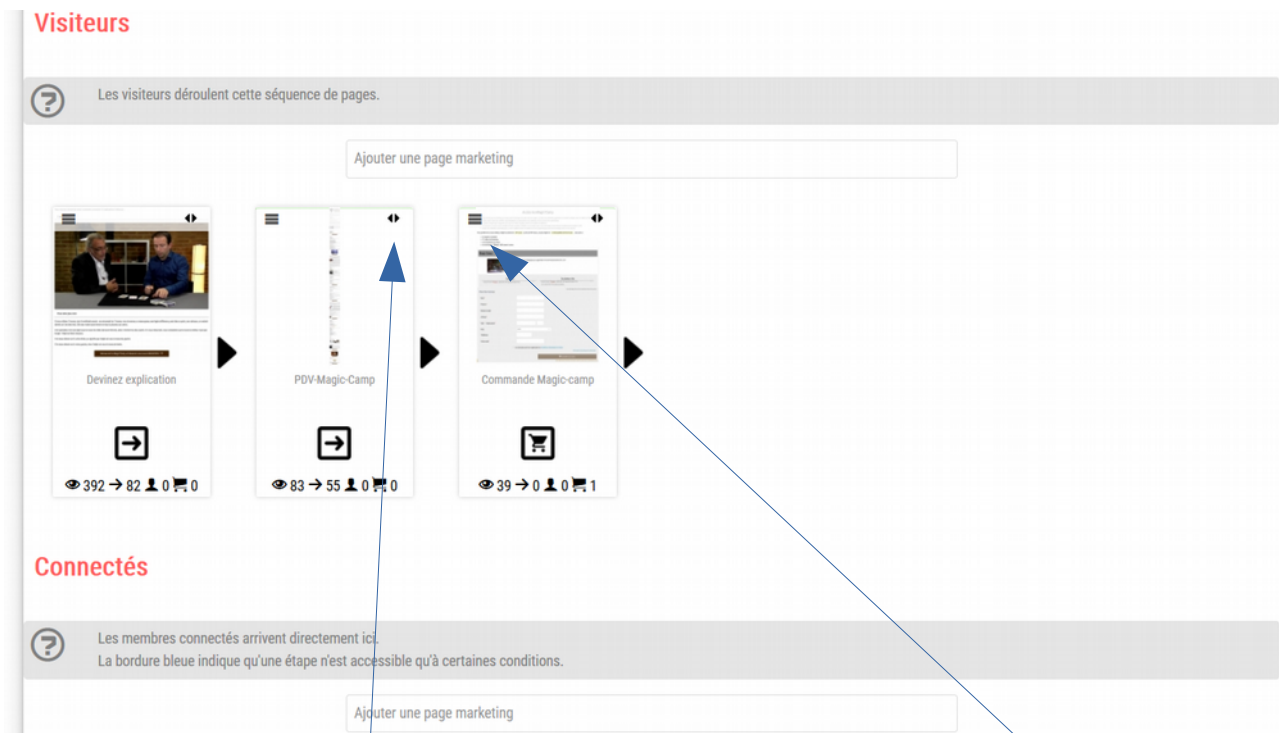


Une nouvelle zone apparaît :



Dans la zone « Visiteurs », tapez les premières lettres du titre de votre page d'atterrissage et validez. Faites la même chose pour la page de vente et la page de commande.

Vous obtenez un scénario de 3 pages composé de votre page d'atterrissage, votre page de vente et votre bon de commande :

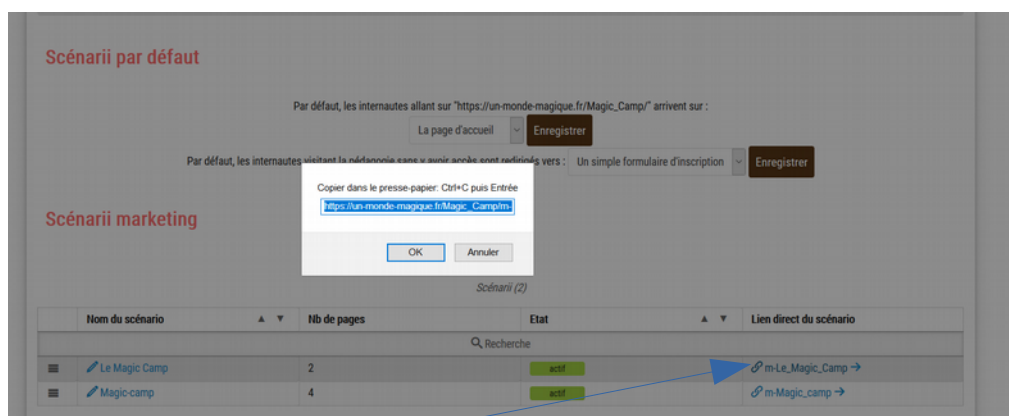


Astuce : vous pouvez déplacer les pages et les réorganiser avec votre souris. Des options vous sont proposées : elle sont réservées à un usage avancé.

Peut-être vous posez-vous la question de la zone « Connectés » ? En fait vous pourriez très bien imaginer un scénario différent pour les personnes connectées, déjà inscrite donc, des visiteurs qui découvrent votre offre pour la première fois.

Relier la page de capture au scénario marketing (et donc la page d'atterrissage) :

Lorsque les visiteurs s'inscrivent sur votre site, ils reçoivent automatiquement un mail avec, à l'intérieur, un lien de validation. Ce lien est généré automatiquement et reprend en fait le lien que vous avez défini dans les options du formulaire. Commencez par copier l'URL du scénario marketing, dont la première page est votre page d'atterrissage :



Cliquez sur le « lien direct du scénario » : une fenêtre apparaît. Faites juste CTRL+C (PC) ou

CMD+C (Mac) et cliquez sur OK.

Retournez ensuite sur votre page de capture, en mode édition, et déclenchez les options de votre formulaire :

Je veux apprendre ce tour de magie :

Votre prénom

Votre email

Montrez-moi le truc maintenant !

[Consulter notre politique de confidentialité](#)

Vous pouvez également [vous connecter](#), si vous possédez déjà un compte

Imaginez !

Vous êtes en soirée, au restaurant ou chez vous. Le moment idéal pour aborder des personnes et ressentir l'énergie chez les autres. A deviner les choses.

Proposez à un spectateur ou une spectatrice de choisir une carte parmi 3 ou n'importe laquelle. Pourtant, sans aucune hésitation, vous savez ce que cette personne a choisi. Sans le Pouvoir ? Non, juste une technique de magicien que vous allez adorer !

Enregistrer

Sites partenaires - Un Monde Magique
CGV 27 rue de la Casse
Politique de confidentialité 06.17.64.37.72 - contact

Redirection :

Après inscription
Renvoi par défaut vers une page indiquant qu'il faut cliquer sur le lien envoyé par email (double opt-in)

Après confirmation
Après le clic sur le lien de confirmation (double opt-in), on va où ? Par défaut sur la page d'accueil
https://un-monde-magique.fr/Magic_Camp/m-Magic_camp

Question :
Vous pouvez qualifier vos prospects dès l'inscription en indiquant un groupe pour chaque choix.

Intitulé
Votre question

Choix :
Réponse possible - Aucun -

Il est possible de cocher plusieurs choix

Colonne 20% 25% 33% 50% 66% 75% 100%

Aligner Gauche Centré Droite

L'extrait s'arrête juste après ce bloc

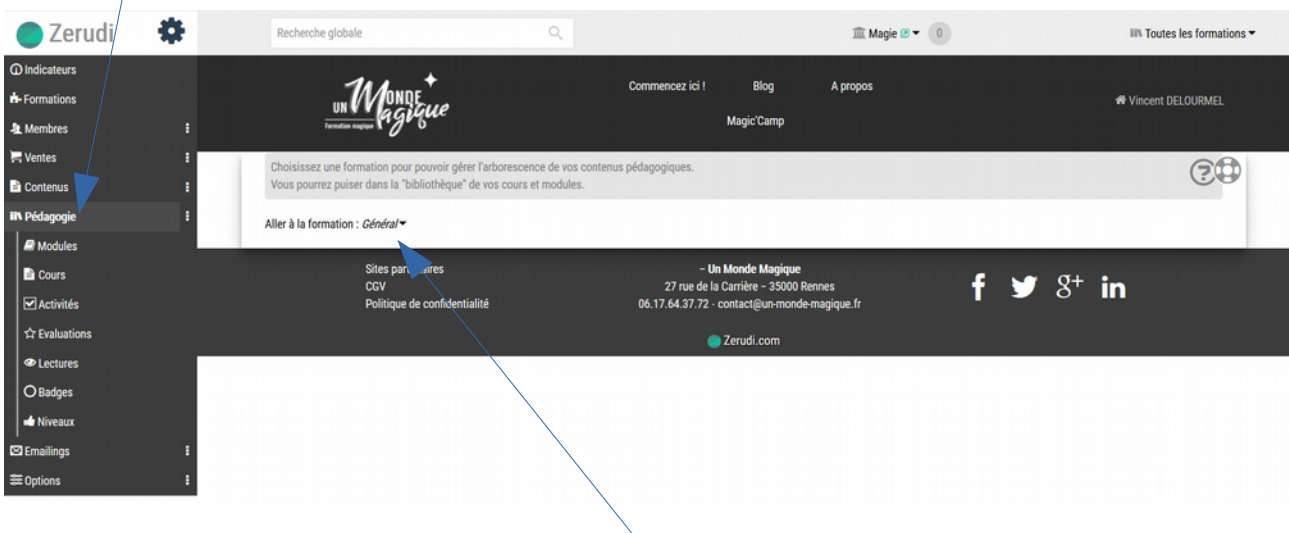
Insérez le lien du scénario marketing dans la zone « Après confirmation ».

La variable de l'email automatique renverra automatiquement vers ce lien !

Étape 7 : créer des pages de formation

Quand les gens achètent, via un formulaire de commande, ils sont automatiquement reconnus comme acheteurs de telle ou telle formation. Ils reçoivent un email automatique qui les invite à se connecter dans leur espace membre où ils retrouvent tout simplement leurs achats.

Tout ce que vous avez à faire, finalement, c'est créer des pages de contenu dans la zone « pédagogie » :



Puis cliquez sur « Général » pour accéder à l'espace de formation. Vous arrivez ici :

The screenshot shows the 'Contenus de "Magic-Camp"' page. The header includes the 'UN MONDE Magique' logo and navigation links. The main content is divided into two sections. On the left, a list of lessons is shown, each with a dropdown arrow, a course count, and a status (e.g., 'inclus dans la formation'). On the right, a section titled 'Dernières lectures' contains a table with the following data:

Apprenant	Module	Cours	Date	Durée
●	Leçon 1 : Magie avec des cartes I	Triple coïncidence	mardi 4 septembre 2018 à 22h01	00min 23s
●	Leçon 1 : Magie avec des cartes I	Introduction : le tour du prénom	mardi 4 septembre 2018 à 21h59	02min 28s
●	Leçon 1 : Magie avec des cartes I	Introduction : le tour du prénom	mardi 4 septembre 2018 à 21h47	00min 36s
●	Leçon 1 : Magie avec des cartes I	Les bases fondamentales	mardi 4 septembre 2018 à 21h47	00min 26s

Reprenez la procédure expliquée en page 46 et suivante et créez juste vos pages de cours :

UN MONDE magique
Fondation magique

Commencez ici ! Blog A propos Magic'Camp Vincent DEL

Magic'Camp

Leçon 1 : Magie avec des cartes I

Fondamentaux

- 1. Les bases fondamentales
- 2. Introduction : le tour du prénom
- 3. Triple coïncidence
- 4. Le spectateur magicien
- 5. La carte épelée
- 6. Pensez à n'importe quelle carte
- 7. Le jeu qui disparaît
- 8. Un peu de perfectionnement
- 9. En bonus : Mirage

Questions de la communauté
Tableaux d'honneurs

Apprenez dans ce cours à tenir un jeu de cartes, à l'étaler élégamment. Comprenez les rudiments de l'art magique pour créer une illusion efficacement.

Tenue du jeu, étalement

Pour plus tard exécuter proprement certaines manipulations de cartes, vous devez dès maintenant apprendre à tenir correctement votre jeu de cartes. Par ailleurs, vous comprendrez rapidement qu'aux yeux du public, la gestuelle est importante : on attend d'un magicien qu'il nous étonne juste en étalant des cartes par exemple.



00:24

Une dose de réflexion

Comment créer une illusion efficacement ?

Dès lors que vous faites un lien entre deux événements par erreur, vous êtes victime d'une **corrélation illusoire** : quand A précède B, on conclut que A provoque B. Dans la vie, les corrélations sont utiles : si le ciel se couvre, c'est sans doute qu'il va pleuvoir. Grâce à cette corrélation, vous pouvez anticiper : ramasser du linge, vous dépêcher pour vous abriter, etc.

Les magiciens jouent sur cette capacité pour la retourner contre vous : s'ils vous montrent un chapeau vide, qu'à plusieurs reprises ils tapent dessus avec une baguette magique et qu'ensuite un lapin sort du chapeau, au bout d'un moment vous concluez que lorsque le magicien agite sa baguette, il va se passer quelque chose de magique. Ils attirent ainsi votre attention sur des fausses solutions.

Les corrélations illusaires influencent votre capacité à raisonner. Même en toute bonne foi, vous pouvez être amené à établir un **faux raisonnement** : c'est ce qu'on appelle un **paralogisme**. Par exemple, si lorsque vous décrochez le téléphone vous avez affaire à une personne à qui vous pensiez juste à ce moment-là, vous penserez à de la télépathie... alors qu'il s'agit probablement d'une coïncidence.

L'un des objectifs du magicien, outre celui de vous étonner pour vous divertir, est donc d'utiliser toutes ces données pour manipuler votre perception, votre attention et votre mémoire afin d'éteindre votre esprit critique. Et ainsi vous forcer à vous construire une réalité erronée. **Pour obtenir de tels résultats, il s'appuie sur la mise en scène** bien sûr, mais aussi sur différents aspects psychologiques méconnus du grand public. Il combine ainsi plusieurs principes de façon ouverte ou couverte pour manipuler l'esprit du spectateur. Le magicien est donc un artiste de l'attention et de la conscience.

Tout au long du processus de l'illusion, qui pourrait se définir par un effet obtenu par une méthode, l'illusionniste va prendre soin de cacher cette méthode en séparant cette dernière de l'effet obtenu. Il va devoir mettre en oeuvre certaines stratégies d'influence pour éloigner le spectateur de la solution. Car pour qu'une illusion fonctionne, le public doit ignorer la méthode, le « truc ». Pour créer un impact certain auprès des gens, le magicien doit travailler sur le contraste entre la situation initiale et la situation finale d'un tour. Il doit amener les autres à se forger une conviction personnelle afin qu'ils en tirent eux-mêmes des conclusions. C'est ce qu'on appelle une **inférence causale** : si quelqu'un vous donne suffisamment d'arguments pour raccorder une situation ou une information à une autre, vous finissez par les lier toutes les deux. **Pour obtenir un rendement maximum, vous devez jouer sur les facteurs additionnels.**

Par exemple, si le magicien vous donne un jeu de cartes à mélanger, qu'il vous demande d'en choisir une, de la remettre dans le jeu et de mélanger à nouveau vous obtenez : mélange A + choix libre + remise de la carte libre + mélange B = impossible de situer la carte. La somme des conditions rend impossible dans l'esprit du spectateur le fait de retrouver une carte à jouer.

[Modifier le contenu](#)

[Introduction : le tour du prénom](#)

[Remonter en haut de la page](#)

Questions de la communauté

Nouveau commentaire

Votre réaction

Enregistrer mon commentaire

Il n'y a pas de règle pour vos pages de cours sinon que celles-ci doivent être précises, et répondre sans doute à une problématique.

Préférez créer plusieurs pages de cours plutôt que de tout rassembler sur une même page : les apprenants n'aiment pas forcément passer trop de temps sur une page qui leur paraît complexe.

En règle général on préfère avoir une seule vidéo si vous enseignez en vidéo. Une structure que nous utilisons consiste à insérer une vidéo, un récapitulatif et une réflexion complémentaire. La zone « Question de la communauté » est toujours appréciée.

Créez un module de 3 ou 4 cours, plus si vous voulez, qui soit évidemment intéressant et que vous pourriez vendre.

Étape 8 : 2 billets de blog

Beaucoup « d'experts » du web vous diront qu'il est inutile de « perdre son temps » à créer des billets de blog.

Soyons sincère : le référencement par le contenu écrit est devenu compliqué : il y a tellement de sites, tellement de contenu que de toute façon, les mastodontes comme Google vous encouragent d'abord à investir dans leur régie publicitaire. Idem pur Facebook.

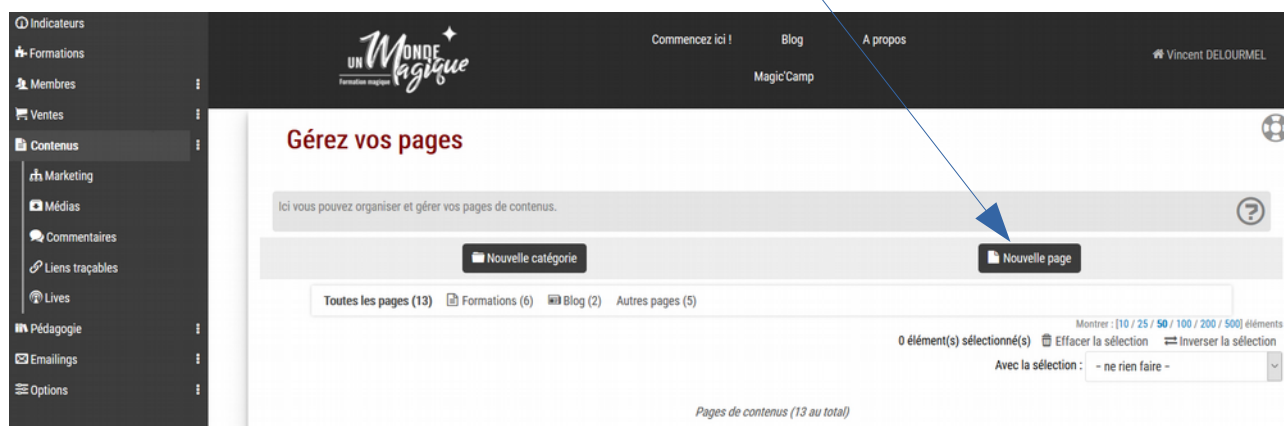
Cependant, la stratégie du blog est ailleurs : elle réside dans l'art et la manière de convaincre, de briser la glace et d'établir un lien de confiance.

Que faites-vous quand vous arrivez sur un site ? Que vous vous retrouvez face à des promesses ? Personnellement, nous nous renseignons. Et s'il y a du contenu gratuit, un rapide coup d'oeil permet de voir ce que le vendeur a dans le ventre : est-il sérieux ? Rigoureux ?

Vous n'avez pas forcément besoin d'écrire beaucoup de billets, mais faites-en régulièrement : il s'agira d'autant de portes d'entrées vers votre site et d'autant de manières de convaincre votre auditoire.

Pour commencer, donnez-vous un objectif simple avec deux billets.

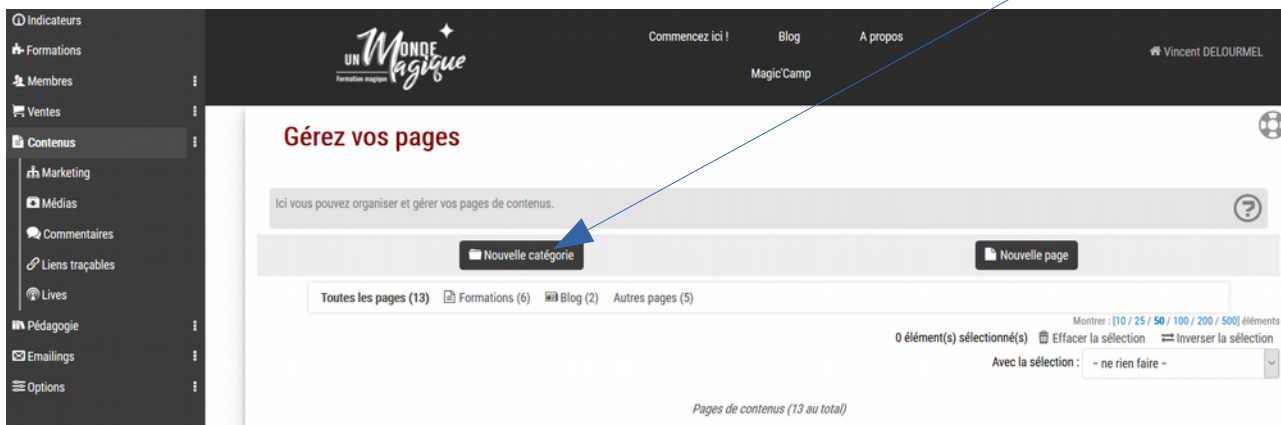
Rendez-vous dans la zone des contenus et créez une nouvelle page :



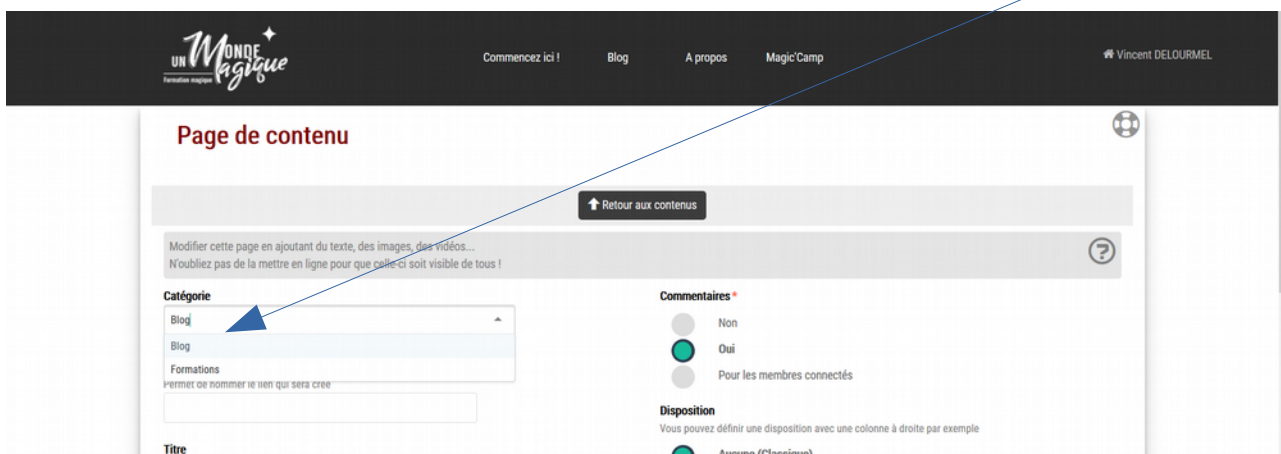
The screenshot shows a dashboard for 'UN MONDE magique' (Formation magique). The main navigation bar includes 'Commencez ici !', 'Blog', 'A propos', and 'MagicCamp'. The user 'Vincent DELOURMEL' is logged in. The left sidebar lists various sections: Indicateurs, Formations, Membres, Ventes, Contenus (selected), Marketing, Médias, Commentaires, Liens traçables, Lives, Pédagogie, Emailings, and Options. The main content area is titled 'Gérez vos pages' and contains the text 'Ici vous pouvez organiser et gérer vos pages de contenu.' Below this are two buttons: 'Nouvelle catégorie' and 'Nouvelle page'. A blue arrow points to the 'Nouvelle page' button. At the bottom, there is a filter bar showing 'Toutes les pages (13)', 'Formations (6)', 'Blog (2)', and 'Autres pages (5)'. A pagination control shows '0 élément(s) sélectionné(s)' and options to 'Effacer la sélection' and 'Inverser la sélection'. The footer indicates 'Pages de contenu (13 au total)'.

Insérez vos billets de blog dans une catégorie

Pour pouvoir retrouver vos billets de blog dans le menu, vous devez d'abord créer une catégorie « blog » :



Puis, quand vous créez vos pages de blog, indiquez qu'elles font partie de la catégorie « Blog » :



Plus tard, quand vous créez votre menu, vous choisirez d'insérer la catégorie « Blog ». Quand les visiteurs cliqueront dessus, ils arriveront sur les extraits de vos pages :



Étape 9 : votre page à propos

Il est important pour vos lecteurs et visiteurs de savoir à qui ils ont affaire. La page « à propos » vous permet de vous présenter et de mettre en avant non seulement votre parcours mais votre légitimité ainsi que vos projets. Elle s'apparente à un dossier de presse.

Une bonne page de présentation contient 5 éléments. Dans un premier temps, une rapide biographie de vous permet au lecteur de savoir d'où vous venez :



Mon nom est **Vincent Delourmel** et je suis **mnémologiste**. Qu'est-ce qu'un mnémologiste ? Il s'agit d'un expert des **stratégies de mémorisation**. C'est en 1989 que j'ai débuté comme prestidigitateur/illusionniste. En 1995, je découvre l'art de la mémoire, que j'exploite sur scène pour étonner un large public. De fil en aiguille, je me suis intéressé de façon plus précise, scientifique, à cette faculté mystérieuse, par certains aspects "magique", à la base de toute cognition. Au début des années 2000, j'ai écrit mon premier livre, "**Les 10 Secrets de Votre Mémoire**".

Le saviez-vous ? Les magiciens jouent avec votre mémoire à court terme pour créer leurs illusions. C'est par ce biais que je me suis intéressé aux problèmes d'attention, de perception, d'interprétation chez l'être humain. A toutes ces sources d'informations qui influencent votre conscience, votre esprit critique et donc votre mémoire.

Aujourd'hui, j'interviens sur ces différents thèmes que sont la mémoire humaine et l'illusion. Chaque année, je forme des milliers de personnes partout en France et à l'étranger à optimiser et entretenir leur mémoire de façon pratique. Sans mémoire, vous n'êtes rien. Une bonne mémoire vous garantit en revanche une vie sans doute plus confortable, plus exaltante, plus riche. Optimiser sa mémoire, l'enrichir et la reprogrammer : tels sont les sujets que je développe afin de vous permettre d'être plus efficace.

Ensuite, si vous avez eu des contacts avec les médias, la presse, c'est ici que vous en parlez : c'est la preuve sociale. Vous pouvez aussi, à défaut, publier quelques témoignages :

Les médias en parlent

Passages télé : E=M6, C'est pas Sorcier, Magazine de la Santé...

SORCIER le magazine de la santé **E=M6** **POURQUOI LES MANCHOTS ?** **C'est mon choix.** **CANALSAT** **CAMPUS BAC**

 **C'est Pas Sorcier**



1. Adam	2. Scapin	3. Zébre	4. Dorade	5. Iceberg
6. Odeur	7. Peloton	8. Éléphant	9. Carre	10. Quille
11. Oiseau	12. Hache	13. ...	14. Gençive	15. Japon
16. Humour	17. Macaque	18. ...	19. Nation	20. Planneau
21. Uragan	22. Bivard	23. Tartine	24. Index	25. Proté

 **C'est mon choix**

 **Campus Bac**

 **Pourquoi les manchots...**

 **Mag de la santé, spécial mémoire**

Presse écrite : 20 minutes, Pour la science...

Profession mnémologiste
Aléane Glouquet
Quand certains ont du mal à se souvenir des dates d'anniversaire de leurs proches, d'autres sont capables de mémoriser le prénom d'un comédien français d'un seul coup. C'est le genre de prouesses auxquelles se livre depuis une vingtaine d'années Vincent Delourmel, 39 ans, qui...

Semaine magique
Depuis hier, la 4^e édition du festival international de magie se poursuit toute cette semaine à Rennes, notamment au Théâtre de la Ville. Une dizaine d'artistes internationaux vont programmer...

Journal 20 minutes - janvier 2015 (cliquez pour l'afficher en grand format)

Vincent Delourmel. Travailler sa mémoire avec un magicien
une formation, à côté de son activité événementielle (spectacles de magie pour entreprises pour fêtes, repas d'affaire, sortie de produit...). L'objectif est « d'expliquer, au sein d'entrepr...

Journal des entreprises - janvier 2009 (cliquez pour l'afficher en grand format)

Dans une troisième section, parlez de votre univers, de ce que vous faites, vos projets en cours : donnez une vision à vos lecteurs :

Mon univers

L'activité de mon entreprise consiste aujourd'hui à partager avec le grand public différentes réflexions, recherches et pratiques sur l'art de la mémoire à travers différentes approches :

- la gestion de la mémoire de travail, celle qui permet de vivre au présent et de faire preuve d'efficacité
- l'optimisation des stratégies de rétention : pour mieux retenir au quotidien
- la redécouverte de processus de récupération : comment retrouver un souvenir ?
- l'optimisation des connaissances afin de réfléchir plus vite et mieux
- le changement personnel par l'acquisition de références positives et constructives
- la création de messages qui marquent la mémoire, par l'utilisation notamment des stratégies des magiciens sur l'attention

Les moyens mis en œuvres :

- Des conférences, formations, séminaires :

Depuis le début des années 2000, j'interviens en conférences (1h30), formations (1 à deux journées) ou séminaires (sur quelques jours) pour une clientèle de managers, de dirigeants, d'écoles supérieures : les réseaux APM et GERME, les Clubs d'Entreprises, les Centres et Associations de Gestions Agréés, La Poste, le Crédit Agricole, le CIC, Mondadori, la MatMut, le groupe Sup de Co (ESC Rennes) l'INSA...



- Des événements qui marquent :

En tant que magicien et mnémoniste, je suis amené à réfléchir sur des solutions qui marquent. Comment créer des informations qui attirent l'attention et qui se mémorisent ? Comment faire passer un message lors d'une intervention ? A travers l'art de la mémoire et la stratégie du magicien, je crée des événements dont on se rappelle.

- Une présence sur Internet :

Deux sites majeurs qui regroupent des dizaines de milliers d'internautes : <https://les-secrets.com> et <https://club-de-magie.com>. Le premier axé sur la mémoire et le second sur l'illusionnisme. Sur ces deux sites, les internautes peuvent se former à distance, par l'intermédiaire de vidéos et de conférences en ligne en direct.

- Un numéro de mémoire prodigieuse unique :

Pour animer des événements d'entreprises, un numéro de 30 minutes de mémoire prodigieuse permet d'illustrer et d'interpeller le grand public. Avec un numéro phare : la mémorisation d'une encyclopédie.

- Des livres, des billets de blog :

Je suis également l'auteur de nombreux ouvrages sur la mémoire et la psychologie de l'illusion disponibles sur ce site ou sur Amazon.

Un projet fou : une encyclopédie dans la tête !

Un projet né en 2010 : mémoriser l'essentiel d'une encyclopédie de culture générale de façon permanente. Avec une contrainte : la capacité de retrouver instantanément l'information .

Ce projet m'a permis d'étudier de nouvelles approches, de découvrir des stratégies inédites. D'en améliorer d'autres. D'un point de vue pratique, l'encyclopédie se compose de 700 thèmes et plus de 3000 questions et réponses. Ce travail de recherche m'a permis de mettre en œuvre des techniques pour :



- Favoriser la motivation
- Entraîner l'attention
- Entraîner la concentration
- Enrichir sa mémoire
- Optimiser son vocabulaire
- Pratiquer et découvrir de nouvelles stratégies de récupération
- Favoriser la mémoire à long terme
- Rendre plus efficient : efficacité, relation à l'autre, confiance en soi...

Une quatrième partie, optionnelle, renseigne sur vos publications : livres, articles de presse :

Mes principales publications

Je suis l'auteur de différents ouvrages, auto édités pour une partie, édités pour une autre partie. Voici les livres les plus populaires de ces dernières années, du plus récent au plus ancien :

Je retiens ce que je veux, quand je veux



Publié aux éditions Eyrolles, il s'agit d'une co-écriture avec mon ami Gaël Allain, psychologue chercheur et spécialiste de la charge mentale. Best-seller un mois après sa sortie, [vous pouvez le commander directement chez Eyrolles.](#)

La stratégie de l'illusionniste



Quelles stratégies comportementales l'artiste magicien utilise-t-il pour convaincre et influencer ? Pour permettre au spectateur de croire à la réalité d'une illusion ? Découvrez dans ce livre les mécanismes attentionnelles du quotidien.

Les 10 secrets de votre mémoire



Mon tout premier livre, écrit en 1999 et réadapté en 2012. Découvrez 10 étapes fondamentales dans l'art de la mémoire. Avec en prime des exercices, des tests pour vous auto-évaluer. Disponible uniquement au format E-Book.

Une dernière partie consiste à partager votre contact et éventuellement proposer un dossier de presse en téléchargement. Notez, un dossier de presse reprend les éléments de votre page « à propos » avec, en plus, une série de photos officielles. Admettez l'idée que si vous intéressez la presse, le mieux est de leur faciliter la tâche en leur permettant de puiser dans les ressources que vous mettez à leur disposition :

Contact et Dossier de Presse

Pour tout savoir et me contacter, téléchargez mon dossier de presse ci-dessous :



Télécharger le fichier "Dossier de presse de Vincent Delourmel" - 3,59 Mio

Dans ce dossier, la présentation et le résumé de mes activités



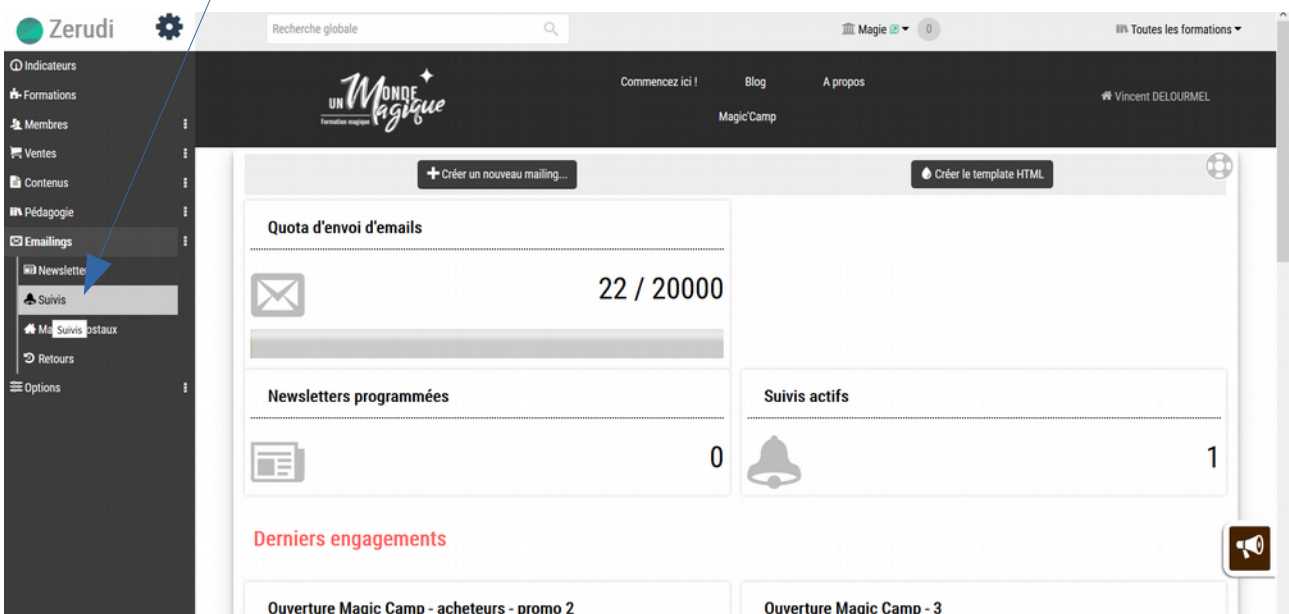
Étape 10 : déclenchez des emails automatiques

Ultime étape de votre parcours du moins pour lancer votre activité : la création d'emails de « suivi ». Ces emails se déclenchent automatiquement après une inscription et a pour objectif à la fois de nouer une relation avec votre prospect et, dans l'idéal, de le convaincre d'adhérer à votre formation.

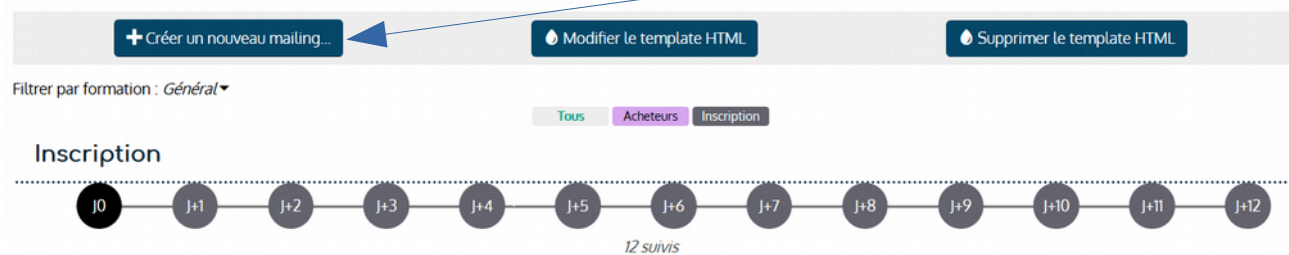
Rendez-vous dans la section « Emailings » de votre site Zerudi :



Cliquez sur « Suivis » :



Vous arrivez dans l'espace « Suivis » où, quand vous avez rédigé des emails automatiques, ils apparaissent visuellement sur une ligne de temps. Cliquez sur « Créer un nouveau mailing » :



Vous arrivez ici :

Mailing en masse

↑ Retour à la liste

👁 Voir le mail généré

Rédaction

Titre*

Pour nommer ce mailing, pratique si plusieurs mailings ont le même objet !

Libellé

Pour mieux vous y retrouver, vous pouvez grouper les mailings sous des libellés

Type de mailing

- Newsletter
- Mailing postal
- Suivi

Indiquez un titre et, éventuellement, un libellé.

Puis rédigez votre email :

Assurez-vous d'avoir un objet lisible, personnalisé et attractif.
Testez votre contenu et vérifiez s'il s'affiche comme vous le souhaitez.



Objet du mailing*

Contenu texte

Taper **{** pour connaître les variables disponibles

Préférez utiliser le format texte bien moins susceptible au spam et plus personnel.



Format*

- texte
- html (+texte)

Découvrez les alternatives !



Vous pouvez définir des alternatives dans votre texte en fonction d'une valeur.

Exemple :

```
[ALTERNATIVES:dept]
[V:35]ille et vilaine[/V]
[V:56]Morbihan[/V]
[V:CH]Suisse[/V]
[/ALTERNATIVES]
```

URL découvertes

Liens traçables

👁 Voir le mail généré avec mes informations

Rappelez-vous qu'un email « texte » est perçu comme personnel. Un email HTML est perçu comme commercial. Par ailleurs, un email HTML a plus de chances d'arriver dans les spams.

Pour comprendre le rôle des variables et des liens traçables, rendez-vous dans la section « Zone Emailings » de la procédure Zerudi.

Qu'est-ce qu'un bon email ? Un email pédagogique. Sur Zerudi, on aime bien parler de marketing pédagogique. Dans l'absolu, vous souhaitez convertir votre prospect en acheteur. Mais pas n'importe comment.

Si vous aimez l'idée de « séduire » votre prospect, retenez ceci : un email sera jugé agressif si, clairement, vous incitez à acheter. N email sera jugé « friendly » si vous enseignez à votre prospect une notion intéressante... avec en filigrane, une incitation à rejoindre le parcours de formation que vous proposez.

Voici à titre d'exemple, le premier email envoyé un jour après inscription sur le site <https://les-secrets.com> :

Bonjour {firstname} ,

Je vous rappelle qu'à tout moment vous pouvez intégrer le Mémo'Camp : c'est là où vous pouvez décupler votre potentiel mémoire, quelque soit votre âge :

<https://les-secrets.com/sl/MemoCamp>

Un élément important que vous devez comprendre par rapport à la mémoire, c'est que son rôle principal est avant tout de vivre l'instant présent.

Vous avez, pour simplifier, deux types de mémoire. La première est une mémoire à court terme qu'on appelle mémoire de travail. Son rôle, comme son nom l'indique, sert à travailler. C'est une mémoire dite immédiate : elle traite les informations dans l'instant.

L'autre forme de mémoire est la mémoire dite à long terme dans laquelle sont stockés vos souvenirs permanents. On l'appelle aussi mémoire implicite : c'est la mémoire du par coeur. C'est une mémoire automatique.

On confond souvent ces deux formes de mémoire. Elles sont complémentaires mais ne fonctionnent pas tout à fait de la même façon.

Retenez surtout que le rôle premier de votre mémoire est de vivre le moment présent. Et que pour ça, elle implique sa mémoire de travail. Le problème, c'est que cette forme de mémoire est limitée en quantité d'informations et en durée de rétention.

Par exemple, essayez de retenir ce numéro en répétant chaque nombre à haute voix : 06 32 76 54 98.

Puis répondez à ma question : combien font 11 fois 12 ? Je vous laisse réfléchir quelques instants. 11 fois 12 ? Vous n'avez peut-être pas trouvé la solution mais ça n'est pas important. Ce

qui est important c'est ma deuxième question : quel est le numéro de téléphone que je viens de vous donner à l'instant ?

Il y a de grandes chances pour que vous ayez oublié une grande partie de ce numéro. Et c'est normal, car en vous demandant de le retenir dans l'immédiat, j'ai impliqué votre mémoire de travail. Pour être efficace, vous auriez dû restituer ce numéro immédiatement, car encore une fois, le rôle de votre mémoire de travail, immédiate, c'est de traiter les informations en temps réel.

Et cette mémoire que vous utilisez continuellement au quotidien, elle a du mal à gérer plus de 6 ou 7 informations en même temps et de toute façon plus de quelques secondes.

On parle alors d'empan mnésique : c'est la moyenne naturelle de l'être humain à traiter les informations en temps réel. On dit que l'empan mnésique est de 7 environ. Réellement, on dit que l'empan mnésique se situe de 4 à 11 informations suivant la difficulté des informations.

Donc pour être efficace, une stratégie toute simple au départ, c'est de ne pas être trop gourmand, de ne pas aller trop vite et de retenir moins pour retenir mieux.

Passez une excellente journée !

Remarque : le texte est naturellement coupé tous les 8 à 10 mots pour faciliter sa lecture. Au tout début de l'email, un rappel est fait pour adhérer au Mémo'Camp. Sinon, le reste du contenu est pédagogique.

Après avoir rédigé votre email, vous devez le programmer :

Programmation

En état "programmé", les emails seront générés à la date demandée. Puis ils seront envoyés par salves.
Pour des raisons de répartition de charge : les envois ne sont pas à la minute prêt.

État*

- Brouillon
- Programmé

Suivi

Les suivis ne sont envoyés qu'une seule fois par destinataires.
Les suivis ne sont envoyés qu'aux destinataires qui se sont inscrits au plus tard 7 jours avant la création du suivi.

Envoyer l'email au minimum jours et heures après inscription au site

Enregistrer et définir les destinataires

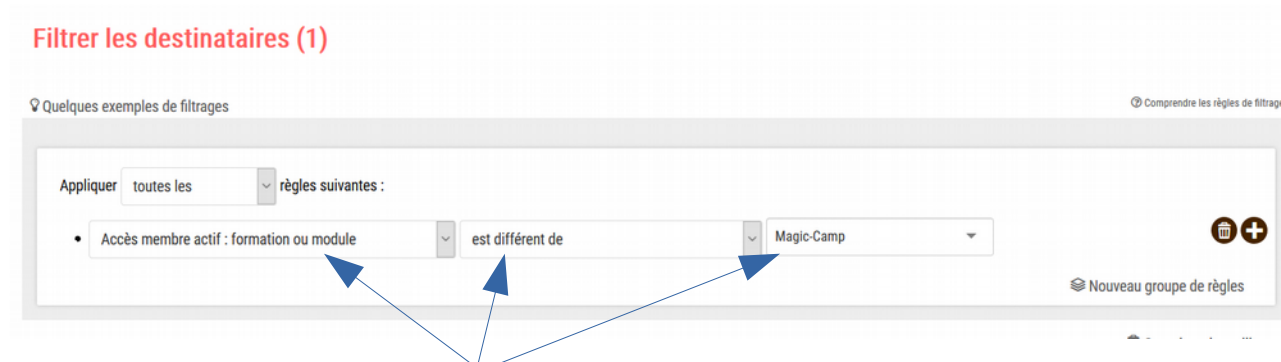
Par défaut les mailings seront envoyés aux contacts actifs inscrits aux mailings qui n'ont pas déjà reçu ce mailing ou un mailing du même type dans l'heure précédente.

Cliquez sur « Programmé ».

Puis, dans la section suivi, indiquez que l'email partira 1 jour et 0 heure après l'inscription au site.

D'autres variables sont possibles, mais dans notre cas présent, pour démarrer, contentez-vous de déclencher des emails automatiques après inscription.

Cliquez sur « Enregistrer et définir les destinataires ». Une nouvelle section apparaît :



Remplissez ces champs avec ces mêmes variables :

« Accès membre actif : formation ou module » « est différent de » « Le nom de votre formation ».

L'idée, c'est d'exclure de vos relances les personnes qui ont déjà acheté la formation.

Combien d'emails automatiques ?

Si vous voulez avoir une chance de vendre ou au moins de nouer une relation avec vos visiteurs et prospects, vous devez au minimum rédiger une douzaine d'emails automatiques qui seront envoyé tous les 2 jours (ou même tous les jours). Puis, ensuite, vous pouvez programmer un email tous les 10 jours... le plus longtemps possible !!

Retenez qu'un de nos meilleurs clients a mis plus de 900 jours avant de faire son premier achat !

Dans tous les cas, faites-en une douzaine pour commencer et n'oubliez pas : le secret réside aussi dans la relation. Un prospect qui n'a plus de nouvelles de vous est un prospect perdu.

En guise de conclusion

Zerudi, c'est un projet de plus de 15 ans. Il remonte à l'époque où nous avons décidé d'investir le web pour diffuser nos connaissances.

Une des questions qui nous est posée c'est : « qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents » ? Notre réponse est très simple : tout.

« Tout » car, a priori, nous sommes les premiers à avoir développé en France un système complet de formation en ligne complètement indépendant. Car oui, il s'agit d'un développement en interne. Comprenez : Zerudi n'est pas un assemblage de différents trucs qui existent déjà et qui font illusion. Nos fondations sont solides et évolutives.

Ensuite, cette plateforme a été pensée par un formateur et conférencier de terrain et créée par un développeur « natif » de métier.

Et puis, notre but n'est absolument pas d'embarquer les personnes comme vous dans des chimères : jamais on vous dira que c'est facile ou que vous deviendrez riche sans rien faire.

Finalement, et les « Zerudiens » (c'est comme ça qu'on appelle nos utilisateurs de la plateforme) vous le diront mieux que nous : nous attachons une très très grande importance à la relation humaine et le suivi de vos projets. Nous nous investissons au maximum pour vous.

Voyez grand, voyez loin

Pour conclure, pour de vrai cette fois, nous ne pouvons que vous conseiller d'avoir une véritable vision. Voyez grand, visez haut, soyez ambitieux, ambitieuse.

Surtout, ne tombez pas dans le piège de ne pas explorer d'autres façons de toucher votre public. Exercer en présentiel est une immense source de progression. Présenter des conférences est également un chouette challenge et tellement gratifiant. Vous pouvez aussi écrire des livres, créer des jeux pédagogiques, des supports... Soyez créatif et vivez à fond votre passion. Ayez cette obsession de toucher un maximum de monde par tous les moyens et faites de votre site Zerudi votre média central.

Notre ambition à nous est de vous permettre de vivre de votre savoir, vos expériences, votre passion. C'est un chemin qui n'est pas rectiligne : certain(e)s y parviennent rapidement, d'autres non. Bien souvent, il s'agit d'un problème d'image de soi, de ciblage, d'offre, de lettre de vente, de positionnement. Et c'est aussi un peu le second effet kisskool de Zerudi : l'opportunité de vous développer personnellement par les différentes formations que vous devrez nécessairement suivre. Notamment, vous devrez développer une véritable aptitude à entreprendre.

Encore une fois : soyez ambitieux, ambitieuse. Dans tous les cas, vous pouvez compter sur nous.

Sylvain et Vincent
Créateurs de Zerudi