

LA FABRIQUE DU BUSINESS

Formation

Acquisition Organique IA

Construisez en 8 semaines un système de contenu qui attire, capte et convertit des prospects B2B
IA + SEO + copywriting pour consultants, formateurs et coachs indépendants B2B

Programme complet

Zakaria Cherkaoui | La Fabrique du Business

www.lafabriquedubusiness.com

PRÉSENTATION

Construisez un système, pas une succession de contenus isolés

Vous avez une expertise réelle, une offre à forte valeur et des clients satisfaits. Pourtant, votre acquisition dépend encore beaucoup du réseau, du bouche-à-oreille, de recommandations irrégulières ou de publications qui ne produisent pas toujours de résultats mesurables.

Cette formation vous aide à passer d'une création de contenu dispersée à un système d'acquisition organique cohérent. Vous apprendrez à relier votre positionnement, votre site, votre blog, LinkedIn, Instagram, votre newsletter et votre offre afin d'attirer les bons prospects, de capter leur attention et de les guider progressivement vers une demande entrante.

La logique de la méthode

L'IA accélère. Le SEO attire. Le copywriting convertit. Le système relie le tout à votre chiffre d'affaires.

Informations clés

Public	Consultants, formateurs et coachs indépendants B2B
Format de référence	8 semaines - 8 sessions collectives en classe virtuelle
Durée	16 h de direct + 16 à 24 h de mise en pratique
Niveau	Débutant à intermédiaire en IA, SEO et copywriting
Finalité	Construire les fondations d'un système d'acquisition organique complet

PUBLIC ET PRÉREQUIS

À qui s'adresse la formation ?

- Consultants indépendants B2B.
- Formateurs indépendants et créateurs de programmes B2B.
- Coachs professionnels ou business qui vendent une offre à forte valeur.
- Freelances seniors et experts métiers qui souhaitent générer davantage de demandes entrantes.
- Indépendants qui vendent généralement une offre comprise entre 1 500 € et 5 000 €.
- Professionnels qui disposent déjà d'une expertise et d'une offre, mais pas encore d'un système de contenu structuré.

Prérequis

- Disposer d'une expertise, d'une prestation, d'une formation ou d'un accompagnement déjà défini.
- Avoir une cible B2B identifiable, même si elle doit encore être précisée.
- Être prêt à consacrer 2 à 4 heures par semaine à la formation et à la mise en pratique.
- Disposer d'un ordinateur, d'une connexion internet et d'un outil de visioconférence.
- Avoir un site internet ou être prêt à créer au minimum une page d'offre et une page de capture.
- Aucune maîtrise avancée de l'IA, du SEO ou du copywriting n'est nécessaire.

Cette formation est particulièrement adaptée si...

Vous avez déjà une offre qui se vend, mais votre visibilité et vos demandes entrantes restent irrégulières. Vous cherchez une méthode structurée, réaliste et compatible avec votre activité d'indépendant.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS

Objectif général

À l'issue de la formation, le participant sera capable de concevoir et de déployer les fondations d'un système d'acquisition organique adapté à son activité, en combinant l'IA, le SEO, le copywriting, son site internet, son blog, les réseaux sociaux et l'email marketing.

Compétences visées

- Clarifier son positionnement, sa proposition de valeur et son message commercial.
- Cartographier un parcours prospect cohérent entre contenu, capture, email et offre.
- Identifier et prioriser des sujets SEO à potentiel commercial.
- Construire un calendrier éditorial multicanal réaliste sur 90 jours.
- Utiliser l'IA pour structurer et accélérer la production sans créer de contenu générique.
- Rédiger un contenu SEO expert, lisible et orienté conversion.
- Créer un lead magnet et une page de capture adaptés à son offre.
- Écrire une séquence email qui nourrit la confiance et prépare la vente.
- Optimiser une page de vente ou une page service avec les principes du copywriting.
- Suivre les indicateurs essentiels et piloter un plan d'action sur 90 jours.

Les livrables que vous aurez construits

Positionnement	Une fiche de positionnement commercial.
Parcours	Une carte de votre parcours d'acquisition organique.
SEO	Une carte de sujets SEO priorisés.
Éditorial	Un calendrier multicanal sur 90 jours.
Contenu	Un article SEO stratégique enrichi de votre expertise.
Capture	Un lead magnet et sa page de capture.
Email	Une séquence de cinq à sept messages.
Conversion	Une page d'offre optimisée.
Pilotage	Un tableau de bord et un plan 30-60-90 jours.

VUE D'ENSEMBLE

Le parcours en 8 semaines

Chaque semaine produit une pièce du système final. La progression suit le parcours logique d'un prospect : comprendre votre offre, vous découvrir, laisser ses coordonnées, mûrir sa décision puis passer à l'action.

Semaine	Thème	Livrable principal
1	Clarifier votre offre, votre cible et votre positionnement	Votre fiche de positionnement commercial
2	Concevoir votre parcours d'acquisition organique	Votre carte d'acquisition organique
3	Trouver les sujets qui attirent des prospects qualifiés	Votre carte de sujets SEO
4	Construire votre calendrier éditorial multicanal sur 90 jours	Votre calendrier éditorial de 90 jours
5	Créer des contenus experts assistés par l'IA	Votre premier contenu SEO stratégique
6	Créer un lead magnet et une page de capture qui convertissent	Votre lead magnet et sa page de capture
7	Écrire une séquence email qui nourrit la confiance et prépare la vente	Votre séquence email de conversion
8	Optimiser votre page d'offre et piloter votre plan d'action sur 90 jours	Votre système d'acquisition final et votre feuille de route

SEMAINE 1 SUR 8

1. Clarifier votre offre, votre cible et votre positionnement

Poser des fondations solides avant de produire du contenu : une offre compréhensible, une cible prioritaire et une promesse qui fait immédiatement écho aux enjeux de vos prospects.

Objectif de la semaine

Poser des fondations solides avant de produire du contenu : une offre compréhensible, une cible prioritaire et une promesse qui fait immédiatement écho aux enjeux de vos prospects.

Vous allez apprendre à

- Définir votre segment prioritaire et votre client idéal B2B.
- Identifier les douleurs, frustrations, objectifs et déclencheurs d'achat de vos prospects.
- Clarifier le problème central que votre offre résout et la transformation qu'elle délivre.
- Formuler une proposition de valeur claire, spécifique et crédible.
- Identifier vos éléments de différenciation, vos preuves et vos angles d'autorité.
- Cartographier les principales objections qui freinent la décision d'achat.
- Décliner votre message central pour votre site, vos contenus et vos appels à l'action.

Atelier guidé

Vous réalisez un diagnostic guidé de votre offre et de votre acquisition actuelle. À partir de vos réponses, vous construisez une fiche de positionnement qui servira de référence pendant toute la formation.

Outils et supports

- Canvas de positionnement et de proposition de valeur.
- Matrice des douleurs, désirs, objections et preuves.
- Prompts d'analyse de persona et de reformulation de promesse.

Livrable de la semaine

Votre fiche de positionnement commercial

Une synthèse d'une à deux pages comprenant votre cible prioritaire, votre promesse, votre différenciation, vos preuves et les objections à traiter dans vos contenus.

Critères de validation

- La cible est identifiable et suffisamment précise.
- La promesse décrit une transformation concrète, pas seulement une expertise.
- Le message central peut être compris en moins de dix secondes.
- Les principales objections et preuves sont documentées.

SEMAINE 2 SUR 8

2. Concevoir votre parcours d'acquisition organique

Relier vos canaux, vos contenus et votre offre pour construire un parcours simple qui transforme un inconnu en prospect qualifié, puis en demande entrante.

Objectif de la semaine

Relier vos canaux, vos contenus et votre offre pour construire un parcours simple qui transforme un inconnu en prospect qualifié, puis en demande entrante.

Vous allez apprendre à

- Comprendre les étapes du parcours : attirer, capter, nourrir, convertir.
- Définir le rôle de votre site, de votre blog, de LinkedIn, d'Instagram et de votre newsletter.
- Choisir un objectif principal par canal afin d'éviter la dispersion.
- Identifier les moments où un prospect est prêt à laisser son email ou demander un échange.
- Concevoir un tunnel organique simple : contenu, lead magnet, email, offre.
- Définir vos appels à l'action principaux et secondaires.
- Repérer les ruptures actuelles dans votre parcours de conversion.

Atelier guidé

Vous cartographiez votre parcours prospect actuel puis vous construisez la version cible de votre système d'acquisition. Chaque canal est associé à un rôle, un contenu et une action attendue.

Outils et supports

- Carte du parcours prospect.
- Matrice canal, objectif, contenu, CTA et indicateur.
- Checklist de cohérence du tunnel organique.

Livrable de la semaine

Votre carte d'acquisition organique

Un schéma clair du parcours allant de la découverte de votre contenu jusqu'à la demande de rendez-vous, la candidature ou l'achat de votre offre.

Critères de validation

- Chaque canal a un rôle distinct et compréhensible.
- Le parcours comporte au moins un mécanisme de capture d'email.
- Les CTA sont cohérents avec le niveau de maturité du prospect.
- La page d'offre ou la prise de rendez-vous constitue une suite logique.

SEMAINE 3 SUR 8

3. Trouver les sujets qui attirent des prospects qualifiés

Construire une stratégie SEO et éditoriale à partir des problèmes réels de vos prospects, afin de créer des contenus capables d'attirer les bonnes personnes au bon moment.

Objectif de la semaine

Construire une stratégie SEO et éditoriale à partir des problèmes réels de vos prospects, afin de créer des contenus capables d'attirer les bonnes personnes au bon moment.

Vous allez apprendre à

- Comprendre la différence entre volume de trafic et potentiel commercial.
- Identifier les intentions de recherche informationnelles, comparatives et transactionnelles.
- Transformer les questions de vos prospects en sujets de contenus utiles.
- Utiliser l'IA pour élargir, regrouper et qualifier vos idées de mots-clés.
- Construire des piliers et des grappes thématiques cohérentes.
- Prioriser les sujets selon leur proximité avec votre offre et leur niveau de concurrence.
- Préparer le maillage interne entre vos futurs contenus.

Atelier guidé

À partir de votre offre et de votre persona, vous générez une première liste de requêtes, puis vous les classez selon l'intention, la maturité du prospect et la valeur potentielle pour votre activité.

Outils et supports

- Matrice de recherche de sujets et d'intentions.
- Tableau de priorisation SEO et business.
- Prompts de génération, regroupement et qualification de mots-clés.

Livrable de la semaine

Votre carte de sujets SEO

Une liste priorisée de sujets répartis par pilier éditorial, intention de recherche, niveau de maturité et lien avec votre offre.

Critères de validation

- Les sujets répondent à des problèmes concrets du persona.
- La liste couvre plusieurs niveaux de maturité.
- Chaque sujet est relié à un objectif commercial ou relationnel.
- Les priorités sont réalistes au regard de vos ressources.

SEMAINE 4 SUR 8

4. Construire votre calendrier éditorial multicanal sur 90 jours

Transformer votre stratégie en un plan de publication réaliste, cohérent et réutilisable sur votre blog, LinkedIn, Instagram et votre newsletter.

Objectif de la semaine

Transformer votre stratégie en un plan de publication réaliste, cohérent et réutilisable sur votre blog, LinkedIn, Instagram et votre newsletter.

Vous allez apprendre à

- Définir vos piliers éditoriaux et vos angles de différenciation.
- Choisir un rythme de publication compatible avec votre activité.
- Organiser la complémentarité entre contenus longs et contenus courts.
- Recycler un article de blog en posts LinkedIn, carrousel Instagram et newsletter.
- Associer chaque contenu à un objectif et à un appel à l'action.
- Planifier les contenus de preuve, d'éducation, d'objection et de conversion.
- Créer un workflow simple de préparation, production, validation et diffusion.

Atelier guidé

Vous partez d'un contenu pilier et vous concevez son plan de déclinaison sur l'ensemble de vos canaux. Vous construisez ensuite votre calendrier sur trois mois.

Outils et supports

- Template de calendrier éditorial 90 jours.
- Matrice de recyclage multicanal.
- Checklist de cohérence entre sujet, format, canal et CTA.

Livrable de la semaine

Votre calendrier éditorial de 90 jours

Un plan réaliste précisant les sujets, formats, canaux, objectifs, CTA, dates de publication et possibilités de recyclage.

Critères de validation

- Le rythme est soutenable sur trois mois.
- Les quatre canaux ont un rôle cohérent.
- Le calendrier comporte des contenus de preuve et de conversion.
- Chaque contenu important possède un CTA identifié.

SEMAINE 5 SUR 8

5. Créer des contenus experts assistés par l'IA

Produire un contenu SEO utile, différenciant et crédible en utilisant l'IA comme assistant de recherche, de structure et d'amélioration - sans effacer votre voix ni votre expertise.

Objectif de la semaine

Produire un contenu SEO utile, différenciant et crédible en utilisant l'IA comme assistant de recherche, de structure et d'amélioration - sans effacer votre voix ni votre expertise.

Vous allez apprendre à

- Construire un brief éditorial complet à partir de l'intention de recherche.
- Utiliser l'IA pour préparer un plan sans lui déléguer la réflexion stratégique.
- Rédiger une introduction qui capte l'attention et confirme la pertinence du contenu.
- Structurer les titres Hn et la progression logique de l'article.
- Ajouter votre expérience, vos exemples, vos preuves et votre point de vue.
- Optimiser le contenu pour le SEO, la lisibilité et la conversion.
- Mettre en place une procédure de fact-checking et de relecture humaine.
- Transformer l'article en contenus courts pour LinkedIn, Instagram et la newsletter.

Atelier guidé

Vous rédigez un article pilier ou un guide stratégique à partir d'un sujet prioritaire. Le travail porte autant sur la qualité éditoriale que sur la capacité du contenu à guider le lecteur vers une action.

Outils et supports

- Modèle de brief SEO et éditorial.
- Bibliothèque de prompts pour le plan, la rédaction et la relecture.
- Checklist qualité : expertise, preuves, clarté, SEO, conversion.

Livrable de la semaine

Votre premier contenu SEO stratégique

Un article complet, optimisé et enrichi de votre expertise, accompagné de ses titres SEO, meta description, CTA et idées de déclinaison multicanal.

Critères de validation

- Le contenu répond clairement à l'intention de recherche.
- Votre expertise et vos exemples sont visibles.
- Le texte ne présente pas les marqueurs d'un contenu IA générique.
- Le contenu comporte une suite logique et un CTA pertinent.

SEMAINE 6 SUR 8

6. Créer un lead magnet et une page de capture qui convertissent

Transformer vos lecteurs en prospects identifiés grâce à une ressource gratuite directement reliée à leur problème et à votre offre payante.

Objectif de la semaine

Transformer vos lecteurs en prospects identifiés grâce à une ressource gratuite directement reliée à leur problème et à votre offre payante.

Vous allez apprendre à

- Choisir le bon type de lead magnet selon votre offre et votre persona.
- Définir une promesse spécifique, rapide à comprendre et utile immédiatement.
- Construire une ressource qui apporte un premier résultat sans remplacer votre offre.
- Rédiger une page de capture avec une structure orientée conversion.
- Réduire les frictions dans le formulaire et rassurer sur l'usage des données.
- Positionner les CTA du lead magnet sur le site et dans les contenus.
- Préparer la page de remerciement et la prochaine étape du parcours.

Atelier guidé

Vous concevez le concept, la promesse et le plan de votre lead magnet, puis vous rédigez votre page de capture et vos principaux appels à l'action.

Outils et supports

- Matrice de choix du lead magnet.
- Structure de page de capture.
- Checklist de conversion et de réassurance.

Livrable de la semaine

Votre lead magnet et sa page de capture

Une ressource gratuite alignée avec votre offre, accompagnée d'une landing page prête à être intégrée sur votre site.

Critères de validation

- Le lead magnet résout un problème précis et prioritaire.
- La promesse peut être comprise immédiatement.
- La ressource prépare naturellement la suite du parcours.
- La page contient des bénéfices, des éléments de réassurance et un CTA unique.

SEMAINE 7 SUR 8

7. Écrire une séquence email qui nourrit la confiance et prépare la vente

Créer une relation après la capture de l'email, approfondir le problème du prospect et l'orienter progressivement vers votre offre sans pression commerciale excessive.

Objectif de la semaine

Créer une relation après la capture de l'email, approfondir le problème du prospect et l'orienter progressivement vers votre offre sans pression commerciale excessive.

Vous allez apprendre à

- Définir le rôle de chaque email dans le parcours de maturation.
- Rédiger un email de bienvenue qui tient la promesse du lead magnet.
- Créer un email de diagnostic qui aide le lecteur à mieux comprendre son problème.
- Présenter votre méthode et votre point de vue différenciant.
- Traiter les objections les plus fréquentes avec pédagogie.
- Utiliser les preuves, exemples et histoires avec mesure.
- Formuler une invitation claire vers votre offre, votre candidature ou un échange.
- Préparer la transition vers votre newsletter régulière.

Atelier guidé

Vous rédigez une séquence de cinq à sept emails adaptée à votre lead magnet et à votre offre. Chaque email possède un objectif, une idée centrale et un CTA.

Outils et supports

- Architecture de séquence de bienvenue et de prévente.
- Modèles d'objets et d'appels à l'action.
- Grille de relecture copywriting et délivrabilité.

Livrable de la semaine

Votre séquence email de conversion

Une séquence de cinq à sept emails comprenant la livraison, le diagnostic, la méthode, la preuve, les objections et l'invitation vers l'offre.

Critères de validation

- Chaque email possède une fonction claire.
- La progression respecte le niveau de maturité du prospect.
- Le ton reste cohérent avec votre positionnement.
- L'offre est présentée comme une suite logique, pas comme une rupture.

SEMAINE 8 SUR 8

8. Optimiser votre page d'offre et piloter votre plan d'action sur 90 jours

Assembler les différents éléments de votre système, améliorer la conversion de votre page d'offre et définir les actions ainsi que les indicateurs à suivre après la formation.

Objectif de la semaine

Assembler les différents éléments de votre système, améliorer la conversion de votre page d'offre et définir les actions ainsi que les indicateurs à suivre après la formation.

Vous allez apprendre à

- Structurer une page de vente ou une page service autour du problème, de la promesse et de la preuve.
- Clarifier les bénéfices, les livrables, les modalités et les objections.
- Rédiger des CTA adaptés aux prospects froids, tièdes et chauds.
- Vérifier la cohérence entre les contenus, le lead magnet, les emails et l'offre.
- Définir les indicateurs essentiels : trafic qualifié, conversion, inscriptions, réponses et demandes entrantes.
- Organiser une routine mensuelle d'analyse et d'optimisation.
- Prioriser les actions des 30, 60 et 90 prochains jours.
- Présenter votre système final et recevoir un feedback de synthèse.

Atelier guidé

Vous auditez votre page d'offre à l'aide d'une grille de conversion, puis vous assemblez votre feuille de route complète. La semaine se termine par une présentation synthétique de votre système d'acquisition.

Outils et supports

- Structure de page de vente et de page service.
- Tableau de bord des indicateurs essentiels.
- Plan d'action 30-60-90 jours.

Livrable de la semaine

Votre système d'acquisition final et votre feuille de route

Une architecture complète comprenant votre offre, vos contenus, votre lead magnet, vos emails, votre page de conversion, vos indicateurs et votre plan d'exécution sur 90 jours.

Critères de validation

- Le parcours complet est cohérent et sans rupture majeure.
- La page d'offre traite les questions et objections prioritaires.
- Les indicateurs choisis sont simples et actionnables.
- Le plan 90 jours est priorisé, réaliste et daté.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Un format accompagné, pratique et orienté livrables

La formation n'est pas une bibliothèque de vidéos à regarder seul. Elle est structurée comme un parcours de mise en oeuvre, avec une progression guidée et un livrable produit chaque semaine.

Format de référence

- 8 semaines d'accompagnement.
- 8 sessions collectives en classe virtuelle de 2 heures.
- Replays accessibles pendant la durée définie dans l'offre commerciale.
- Exercices pratiques et production d'un livrable chaque semaine.
- Templates, checklists, matrices et prompts IA.
- Feedback collectif sur les travaux.
- Temps de mise en pratique recommandé : 2 à 4 heures par semaine.
- Groupe volontairement limité afin de préserver la qualité des échanges.

Méthodes pédagogiques

- Apports méthodologiques courts et directement reliés à la pratique.
- Démonstrations en direct.
- Études de cas adaptées aux activités de service B2B.
- Ateliers guidés et mises en application sur l'activité réelle du participant.
- Feedback collectif et amélioration progressive des livrables.
- Approche orientée résultats : chaque module produit un élément du système final.

Modalités d'évaluation

- Questionnaire de positionnement et diagnostic initial.
- Évaluation formative à travers les exercices et livrables hebdomadaires.
- Grilles de critères pour valider chaque livrable.
- Présentation finale du système d'acquisition et du plan 90 jours.
- Auto-évaluation des compétences en début et en fin de parcours.

TRANSPARENCE

Ce que cette formation n'est pas

- Une simple formation à ChatGPT ou aux prompts.
- Une formation SEO technique avancée.
- Une formation pour devenir rédacteur web ou copywriter professionnel.
- Une promesse de résultats commerciaux immédiats sans mise en oeuvre.
- Une usine à contenu qui vous oblige à publier tous les jours.
- Un système entièrement automatisé qui remplace votre expertise et votre relation commerciale.

Quels résultats attendre ?

En huit semaines, vous construisez les fondations de votre système. Certains bénéfices sont immédiats - message plus clair, meilleure page d'offre, calendrier éditorial, lead magnet, séquence email - tandis que les résultats SEO et la régularité des demandes entrantes se développent progressivement avec la publication, la mesure et l'optimisation.

Une promesse réaliste

La formation ne garantit pas un chiffre d'affaires ou un nombre de clients. Elle vous donne une méthode, des outils et des actifs concrets pour améliorer durablement votre acquisition organique.

Accessibilité

La formation se déroule à distance. Si vous êtes en situation de handicap ou si vous avez besoin d'un aménagement particulier, prenez contact avant l'inscription afin d'étudier les adaptations possibles.

QUESTIONS FRÉQUENTES

FAQ

Faut-il déjà maîtriser l'IA ?

Non. Vous apprendrez à l'utiliser comme un assistant stratégique pour analyser, structurer, produire et améliorer vos contenus.

Faut-il connaître le SEO ?

Non. La formation se concentre sur les fondamentaux utiles à un indépendant B2B : intention de recherche, sujets prioritaires, structure de contenu, maillage et conversion.

La formation convient-elle si je n'ai pas encore d'offre ?

Elle est plus efficace si vous disposez déjà d'une expertise et d'une offre, même imparfaites. Sans offre identifiable, une étape de clarification plus approfondie sera nécessaire avant de construire l'acquisition.

Combien de temps faut-il prévoir ?

Comptez environ 2 heures de session en direct et 2 à 3 heures de mise en pratique par semaine.

La formation inclut-elle LinkedIn et Instagram ?

Oui, comme canaux de diffusion et de recyclage. Le coeur du programme reste la construction d'un système qui ne dépend pas exclusivement des réseaux sociaux.

Puis-je suivre la formation sans site internet ?

Oui, à condition d'être prêt à créer au minimum une page d'offre et une page de capture pendant le parcours.

Les résultats sont-ils garantis ?

Non. Les résultats dépendent de votre offre, de votre marché, de votre régularité et de la qualité de la mise en oeuvre. La formation fournit une méthode et des actifs concrets, pas une promesse de chiffre d'affaires.

La formation est-elle finançable ?

Les possibilités de financement dépendent du statut de l'offre au moment de votre inscription. Consultez la page de la cohorte ou contactez La Fabrique du Business pour obtenir l'information à jour.

PROCHAINE ÉTAPE

Prêt à transformer votre expertise en système d'acquisition ?

Vous avez déjà l'expertise. La formation vous aide à la structurer, la rendre visible et la relier à un parcours capable de générer des demandes entrantes.

Consultez les prochaines dates

Les dates, le tarif de la prochaine cohorte, les modalités de paiement et les conditions d'accès sont disponibles sur le site de La Fabrique du Business.

DÉCOUVRIR LA PROCHAINE COHORTE

www.lafabriquedubusiness.com

[Nous contacter](#)