

# Module 2 - Validez votre concept de mastermind



Formation “Créez votre propre groupe  
de Mastermind” (février 2024)  
avec Alexia Colson-Duparchy



Dans la création d'un mastermind résonnant et impactant, vos clients existants représentent une mine d'or d'informations et d'idées..

Alors que vous allez échanger avec 6-10 de vos clients existants + 6-10 membres de votre communauté au sens large, gardez en tête l'importance de l'intentionnalité et de l'écoute active.

Cela va vous aider par la suite à transformer les commentaires, suggestions et échos de vos clients en un riche guide qui va venir nourrir le développement de votre concept de mastermind. Vous ne risquerez pas de créer un concept dans le vide si vous en revenez à ces précieuses informations.

*Surtout, ne craignez pas de "déranger" ou d'"importuner" vos clients, de "vous imposer" à votre communauté ou à vos contacts. D'expérience :*

- 80% vous répondront de façon positive et constructive
- 10% ne réagiront pas par manque de temps
- 5% ne répondront pas par manque de compréhension du sujet
- 5% s'en ficheront vraiment !

La démarche est donc vraiment à votre avantage, d'autant que le fait de sonder à ce stade vous permet évidemment de présenter votre futur projet et de proposer aux personnes de les tenir au courant du développement de celui-ci !

Je vous rappelle ici mon conseil:

- commencez par contacter vos clients proches ;
- puis votre communauté ;
- et si vous le souhaitez, réalisez une étude de marché

avant de recouper ces données pour en tirer des conclusions constructives pour votre concept.

En puisant dans la sagesse collective de vos clients, vous ne faites pas que valider une idée ; vous êtes en train de semer les graines d'un mastermind qui, bien plus qu'un espace d'apprentissage, deviendra un lieu de transformation personnelle et collective.

Savourez cette étape !

Alexia



## *Partie 1 - Suggestions de questions pour vos clients et membres*

Quels défis majeurs rencontrez-vous actuellement ?

Quels obstacles vous empêchent actuellement de progresser ?

Qu'est-ce qui vous fait vibrer ?

Comment préférez-vous apprendre et interagir dans un cadre de groupe ?

Quel environnement favoriserait votre épanouissement ?

Avez-vous déjà participé à un mastermind ? Si oui, qu'est-ce qui vous a plu ou déplu ?

Qu'attendez-vous d'un mastermind pour considérer qu'il est réussi ?

Quel est le plus grand résultat que vous espérez obtenir en rejoignant un mastermind ?

Quelles caractéristiques doivent absolument figurer dans un mastermind pour que vous y participiez ?

Comment imaginez-vous l'impact d'un mastermind sur votre parcours ?



Quelles sont les qualités que vous recherchez chez un leader de mastermind ?

Comment évaluez-vous la valeur d'un mastermind ? Par les résultats, le réseau, l'apprentissage... ?

Quel format de mastermind préférez-vous (en ligne, en personne, hybride) ?

Quelle fréquence de rencontre idéale envisagez-vous pour un mastermind ?

Quel investissement, en temps et en argent, seriez-vous prêt à consacrer à cette expérience ?

Connaissez-vous un groupe similaire à ce que vous me décrivez ?

Avez-vous une personne en tête susceptible d'être intéressée par un tel groupe ?

Quel canal de communication préférez-vous pour recevoir des informations sur ce futur mastermind ?

...





This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

## Partie 3 - Croisement de vos données

Quels retours avez-vous reçus de vos clients existants concernant votre idée de mastermind ?

Analysez les informations collectées pour identifier des tendances, des besoins ou des suggestions précieuses.

[illegible]

Comment votre communauté élargie a-t-elle réagi à l'idée de votre mastermind ? Y a-t-il des différences notables avec les retours de vos clients existants ?

*Comparez les perspectives pour saisir une vue d'ensemble.*

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Quelles sont les principales objections ou hésitations rencontrées lors de la validation de votre offre ? Comment comptez-vous les adresser ?

*Planifiez des stratégies pour surmonter les obstacles identifiés.*

[illegible]



Détaillez les modifications prévues pour mieux répondre aux attentes de votre Participant idéal tout en restant Vous et en répondant à votre vision.

(c) Alexia Colson Duparchy / bright brains co eurl 2024

# FÉLICITATIONS !

