

Créer 1 Tunnel 2 Vente.com

Transformez vos visiteurs en clients



Table des matières

Table des matières	2
Qu'est-ce qu'un tunnel de vente ?	6
Exemples de tunnels de ventes	8
Exemple de tunnel de vente basique en 3 étapes	8
Exemple de tunnel de vente élaboré (en 7 étapes)	9
Comment créer un tunnel de vente (en 7 étapes)	10
Étape n°1 : Création de contenu gratuit à forte valeur ajoutée	11
La phase de recherche d'informations	11
La phase de création du contenu de valeur	12
Exemple d'un contenu gratuit à forte valeur > l'eBook : "l'indépendance financière pour tous"	13
Étape n°2 : Créer une page de capture	14
Pourquoi cette étape est-elle si importante ?	14
On capture quoi, au juste ?	14
Les 5 caractéristiques d'une bonne page de capture	15
Étape n°3 : Créer une séquence d'emails	18
Étape n°4 : La page de vente	20
Une page de vente c'est quoi ?	20
Les 5 caractéristiques d'une bonne page de vente	20
Exemple d'une page de vente textuelle :	20
Exemple d'une page de vente vidéo (créée en 1 clic sur systeme.io) :	22
Étape n°5 : La page de commande (ou page de paiement)	23
Exemple d'une page de commande	24
Étape n°6 : Les ventes additionnelles	25
Les ventes additionnelles, c'est quoi ?	25
Les 2 endroits stratégiques où proposer une vente additionnelle	26
Les 3 types de ventes additionnelles	26
L'order bump	26
L'upsell	28
Pourquoi l'upsell fonctionne aussi bien ?	30

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

Le downsell	32
Comment réussir sa vente additionnelle (order bump, upsell, downsell) ?	33
Étape n°7 : La page de remerciement	34
Une dernière chose, à ne surtout pas oublier : le Trafic !	35
Sans trafic, pas de vente !	35
Quel outil choisir pour créer son tunnel de vente ?	36
Système.io : L'outil n°1 pour créer facilement un tunnel de vente performant	37
Conclusion	40
Passez à l'action et construisez votre tunnel qui rapporte aujourd'hui !	40



Avoir des visiteurs sur son site web c'est bien, mais les transformer en clients, c'est encore mieux !

Gagner de l'argent sur internet, est un but que beaucoup de personnes souhaitent atteindre... Beaucoup d'appelés et finalement peu d'élus, à l'arrivée. Combien d'entrepreneurs, de blogueurs, youtubeurs, instagrameurs, e-commerçants se sont lancés dans l'entreprise de vendre des produits et ont abandonné au bout de 6 mois (si ce n'est pas moins) parce qu'ils voyaient leur nombre de ventes stagner à zéro ! 3 raisons majeures à cela :

- manque de connaissances
- aucune stratégie marketing
- absence d'outils efficaces

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

Vendre sur internet ne s'improvise pas... Ce sont des techniques précises à connaître puis à appliquer rigoureusement.

En effet, il y a certaines étapes à respecter si vous souhaitez que des personnes qui ne vous connaissent pas mettent la main à la poche et achètent l'un de vos produits ou services. Il faut les trier, leur apporter des informations décisives pour faire leur choix, ôter leurs freins pour qu'enfin ils achètent.

Plus simplement, il faut les rassurer et les convaincre que VOS produits sont FAITS pour EUX !

Comment ? En créant un système conçu en entonnoir qui va filtrer et sélectionner le visiteur idéal qui achètera à coup sûr vos produits. Ce système, on le nomme [tunnel de vente](#).

L'avantage avec les outils d'aujourd'hui, c'est que tout le monde (même les débutants) peut créer son propre tunnel de vente, sans savoir coder, ni avoir de connaissances en marketing. Il suffit de créer les étapes de votre tunnel et le logiciel s'occupe du reste.

On ne va pas se mentir, il vous faudra vous former pour connaître les étapes clés d'un tunnel de vente efficace et investir un minimum dans un outil performant pour créer un système qui rapporte. Mais le jeu en vaut la chandelle car vous pourrez vous constituer un complément de revenus voire même un véritable salaire grâce à votre activité sur internet.

C'est pourquoi j'ai créé ce guide qui vous expliquera, étape par étape, comment **créer un tunnel de vente** clé en main, facile à reproduire sur votre site. Nous verrons également quels sont les meilleurs outils à choisir pour aboutir à un système de vente efficace et complètement automatisé !

En BONUS, pour vous aider et vous mettre le pied à l'étrier, je vous offre une formation vidéo ainsi que mes modèles de pages les plus performants, que vous pourrez télécharger et inclure dans votre système en 1 clic !

Il vous suffit de suivre le lien (que vous avez dû recevoir par mail) pour accéder à la formation et aux modèles (ou d'[y accéder en cliquant ici](#).)

Qu'est-ce qu'un tunnel de vente ?

Le **tunnel de vente** est un processus de conversion qui vise à transformer vos visiteurs en acheteurs et à maximiser vos ventes.

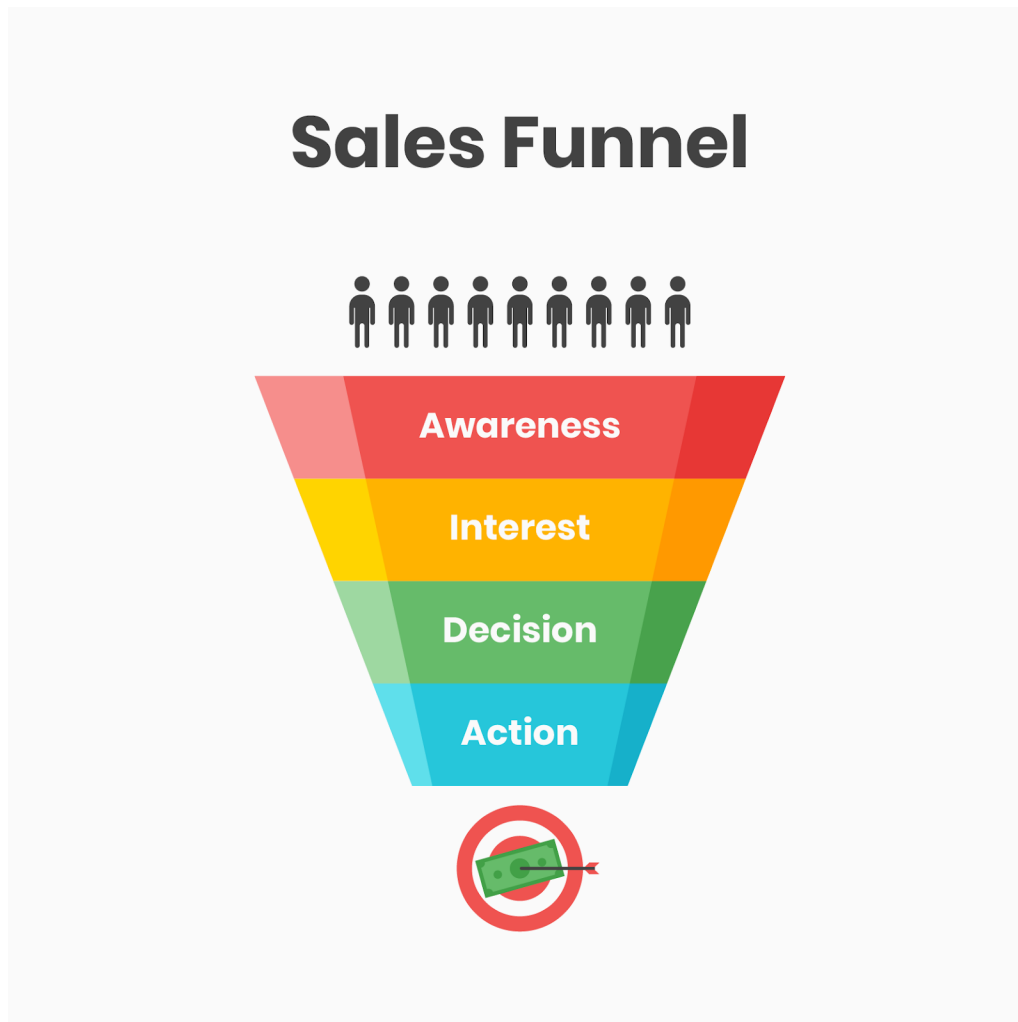


On retrouve plusieurs terminologies sur internet désignant ce concept. On peut lister notamment les termes :

- Entonnoir de conversion
- Tunnel de conversion
- Funnel de vente
- Funnel marketing
- Entonnoir de vente

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

Le terme entonnoir de vente (tiré de l'anglais "Sales Funnel") reste le terme le plus approprié pour décrire le processus qui est mis en place. Effectivement, à l'instar d'un entonnoir qui fait entrer une grande quantité de fluide pour la diriger là où on le désire, l'entonnoir de conversion est un système qui reçoit une quantité de visiteurs importante pour ne sélectionner que les visiteurs les plus « motivés » pour acheter.



Vous comprenez ainsi qu'entre le début du processus de l'entonnoir et la fin, il va y avoir une diminution de quantité pour un gain en qualité. On exprime cela par le taux de conversion qui est le rapport entre le nombre d'acheteurs et le nombre de visiteurs.

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

Si vous avez 100 visiteurs sur votre site internet et qu'un de ces visiteurs a acheté, vous avez un taux de conversion de 1%.

Ce système de filtration est constitué d'étapes élaborées, issues du marketing digital, qui se décompose de la manière suivante :

1. Identifier votre cible parfaite (votre client idéal)
2. Filtrer dans la masse de visiteurs en captant les visiteurs les plus motivés,
3. Récolter des informations sur les visiteurs ciblés (email, adresse, n° de téléphone)
4. Qualifier les visiteurs ayant montré un intérêt pour vos produits ou services (on parle à cette étape, non plus de visiteurs mais de prospects)
5. Concrétiser la vente (on parle alors de client).

Une fois les étapes du tunnel de vente assimilées, l'atout qui le rend ultra pratique est qu'il est applicable sur n'importe quel support et adaptable à n'importe quelle activité. Que vous ayez un blog WordPress, une chaîne YouTube, une page Instagram, une boutique Shopify ou un site e-commerce, ou bien encore que vous soyez un agent immobilier ou un coach sportif, c'est toujours le même système qui est reproduit.

De plus, le principal avantage réside dans son automatisation. En effet, tout le processus du tunnel de vente peut être totalement automatisé afin de vous libérer du temps et vous concentrer sur d'autres tâches.

Exemples de tunnels de ventes

Voici deux **exemples de tunnel de vente** concrets que vous pouvez appliquer dès aujourd'hui sur votre site internet :

Exemple de tunnel de vente basique en 3 étapes

1. Page de vente
2. Page de confirmation de commande
3. Page de remerciement

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

Ce modèle en 3 étapes est le minimum syndical à mettre en place. C'est ce que l'on retrouve sur la quasi-totalité des sites internet. Mais cela se restreint souvent au seul produit que le client est en train d'acheter et ne permet pas de vendre plus et donc pas de maximiser votre chiffre d'affaires

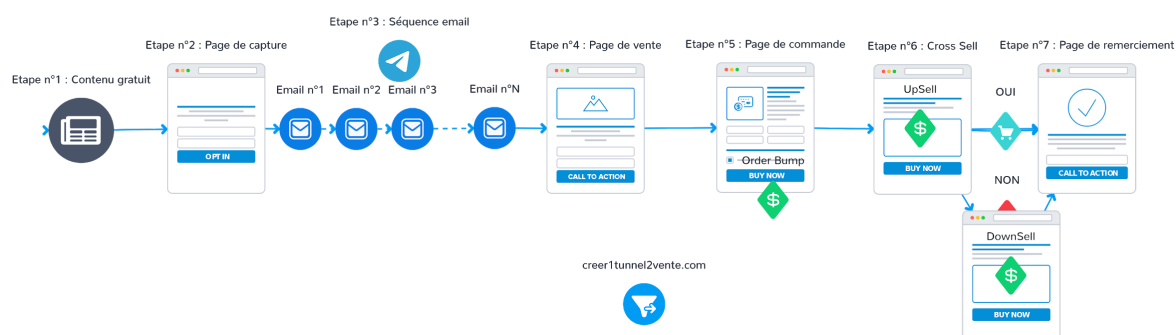
Exemple de tunnel de vente élaboré (en 7 étapes)

En optimisant le tunnel de vente précédent, vous pouvez doubler vos ventes, et ce, simplement en ajoutant quelques étapes :

1. Création d'un contenu gratuit à forte valeur ajoutée
2. Page de capture
3. Séquence d'emails
4. Page de vente
5. Page de commande
6. Vente(s) additionnelle(s) (order bump/ upsell / downsell)
7. Page de remerciement

Ces 4 étapes supplémentaires vont vous permettre de vendre plus, sans pour autant avoir plus de visiteurs sur votre site ou plus de produits à vendre dans votre boutique.

Voyons ensemble comment faire ce tunnel de vente élaboré...



Comment créer un tunnel de vente (en 7 étapes)

Nous allons reprendre chacune des 7 étapes vues précédemment. Décrivons-les, l'une après l'autre et voyons **comment créer un tunnel de vente** qui rapporte.

Ce tunnel de vente fonctionne extrêmement bien et vous pouvez l'utiliser pour vendre :

- des produits d'affiliation
- des infoproduits (comme des formations en ligne par exemple)
- des produits physiques
- du coaching

C'est TOUJOURS ce même tunnel que j'utilise pour vendre ; il y a juste à adapter son contenu selon votre cible et la typologie de produits que vous vendez.

Pour information, l'outil utilisé dans les exemples qui suivent est [système.io](https://systeme.io). C'est le logiciel de tunnel de ventes que j'utilise sur tous mes sites car, grâce à lui, j'ai eu des résultats probants qui me permettent aujourd'hui de gagner ma vie sur internet.



>> [Essayez gratuitement systeme.io pendant 30 jours](https://systeme.io) <<

Étape n°1 : Création de contenu gratuit à forte valeur ajoutée

Cette étape est indispensable pour faire entrer des visiteurs qualifiés dans votre tunnel de vente. Et pour cela, il faut les attirer avec du contenu de qualité ET gratuit. Elle se décompose en 2 phases :

- La phase de recherches d'informations
- La phase de création du contenu de valeur

La phase de recherche d'informations

Cette étape est surtout une phase d'investigation et de collecte d'informations sur votre audience. Vous DEVEZ connaître votre cible sur le bout des doigts et littéralement entrer dans leur tête. Posez-vous les questions à propos des personnes que vous ciblez :



- Quels sont leurs problèmes au quotidien ?
- Quelle est leur plus grosse douleur ?
- Quelles sont leurs peurs ?
- Quels sont leurs besoins / leurs attentes ?
- A quoi aspirent-ils réellement ?
- Quels mots ou jargon utilisent-ils ?

Pour avoir la réponse à ces questions, il existe plusieurs moyens :

- les sondages
- les forums spécialisés sur internet
- les avis sur les produits des concurrents
- les commentaires sur vos contenus ou ceux de vos concurrents
- et bien sûr votre expérience

La phase de création du contenu de valeur

Une fois votre recherche achevée, arrive la phase de restitution des informations collectées. C'est ce qui constituera le cœur du contenu que vous allez délivrer. Vous restituez sous forme de réponses ou de solutions.

Votre contenu est une réponse aux interrogations que se posent votre audience. C'est LA solution aux problèmes rencontrés par votre cible. C'est de cette façon que se crée la valeur !

Le but de cette étape n'est pas d'apporter TOUTE la solution mais un début de réponse qui met les personnes concernées sur les bons rails pour entreprendre leur changement et surtout de voir qu'il existe une opportunité de résoudre leur problématique.

Grâce à cette valeur apportée, vous obtiendrez un capital confiance auprès des visiteurs et vous vous imposerez comme expert sur le domaine. Ce capital expertise sera d'autant plus important que les recherches que vous aurez menées en amont.

Concernant le support, votre contenu peut être restitué sous forme de :

- Ebook
- Vidéo
- Podcast
- Formation en ligne
- Webinar
- Audit
- Compilation de données
- etc...

Il n'y a pas de restrictions sur la forme du contenu, du moment qu'il apporte de la valeur à ceux que vous ciblez !

Exemple d'un contenu gratuit à forte valeur > l'eBook : "l'indépendance financière pour tous"



Voici l'exemple d'un eBook, écrit par Aurélien Amacker, qui explique les 3 étapes pour devenir financièrement indépendant (chiffres à l'appui).

Il cible les personnes souhaitant gagner de l'argent sur internet et devenir autonomes financièrement. En ayant bien cerné les problèmes de cette cible au préalable, l'auteur offre des solutions concrètes en s'appuyant sur son propre parcours pour expliquer comment il est devenu millionnaire en partant de zéro.

Étape n°2 : Créer une page de capture

Le but de cette étape est de récupérer les informations de vos visiteurs pour pouvoir les recontacter ultérieurement.

Pourquoi cette étape est-elle si importante ?

Premièrement, une personne qui ne vous connaît pas, n'achètera pas vos produits ou services. Créer une relation de confiance avec elle, favorisera le passage à l'acte d'achat.

Deuxièmement, sur internet, 80% des visiteurs qui passent sur votre site, ne reviendront JAMAIS. Ils consultent l'information qu'ils sont venus chercher puis s'en vont aussi vite qu'ils sont arrivés.

Etes-vous prêt à vous priver de 80% de votre trafic !?

Je ne pense pas...

C'est pourquoi, il faut mettre au point un moyen pour pouvoir les recontacter plus tard !

Comment ?

En leur offrant un contenu gratuit de HAUTE qualité en l'échange de leurs coordonnées. Vous comprenez maintenant l'intérêt de l'étape n°1...

On capture quoi, au juste ?

La **page de capture** est donc une étape cruciale dans votre tunnel de vente dans laquelle on va "capturer" une ou plusieurs informations à votre visiteur. Cela peut être :

- L'email
- Le prénom de la personne
- Le nom de la personne
- Le numéro de téléphone
- La date de naissance
- etc...

Vous pouvez peut être vous demander : "mais qui va donner ses informations personnelles !?".

Et bien sachez que si vous avez bien fait votre travail dans l'étape n°1, les personnes réellement concernées par la problématique n'hésiteront pas à vous laisser ces informations pour résoudre leurs problèmes.

Imaginez que vous soyez insomniaque et que vous arriviez sur un site qui propose un livre gratuit à télécharger en PDF qui explique 3 méthodes éprouvées pour vaincre n'importe quelle insomnie. Il n'y a pas à réfléchir une seconde, vous laisserez vos informations pour vous soulager de cette peine qui vous empoisonne le quotidien !

Par ailleurs, et c'est important de le noter, sachez que moins on demande d'informations, plus il y a de personnes enclin à les laisser. Par conséquent, vous devez au moins récupérer l'email de la personne pour pouvoir la recontacter plus tard...

Les 5 caractéristiques d'une bonne page de capture

Tout d'abord, au niveau de la forme, on rencontre généralement les 3 types de pages de capture suivantes :

- une page d'atterrissage (appelée également landing page)
- une pop up (fenêtre qui s'ouvre après X secondes)
- un formulaire inséré dans le contenu

Ensuite, au niveau du contenu, une bonne page de capture se définit par :

1. Un **titre accrocheur** qui capte l'attention du visiteur
2. Une **image** qui provoque une réaction émotionnelle (elle doit, soit illustrer la plus grosse douleur de votre cible, soit projeter le visiteur dans l'état dans lequel il sera quand il aura résolu sa problématique)
3. La **promesse** de votre contenu gratuit (les résultats attendus)
4. Des **champs d'informations** à remplir (email, nom, prénom, numéro de téléphone, etc.)
5. Un **bouton d'appel à l'action** (Call to Action en anglais)

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

Voici un exemple de page de capture que j'ai réalisée en 1 clic sur [système.io](https://systeme.io) :



page de capture réalisée sur systeme.io

Ces 5 éléments sont primordiaux et le changement de l'un d'entre eux peut engendrer des résultats différents en termes de taux de conversion. C'est pourquoi, il est important de faire des tests (A/B testing) pour trouver la meilleure combinaison : celle qui vous permet de capturer le plus d'emails.

J'obtiens de très bons résultats aujourd'hui en termes de taux d'inscription avec ma page de capture. Ainsi, près de **44% des visiteurs** qui voient ma page de capture, téléchargent mon ebook et ainsi entrent dans mon tunnel de vente.

son	2825	1241	43.93%
-----	------	------	--------

Taux de capture de mes visiteurs sur ma page de capture

Pourtant, au départ, lorsque j'ai créé mon premier tunnel de vente, mon taux de capture n'était que de 17%... j'ai donc multiplié par 2,4 mon taux de capture. Cette progression n'a été rendue possible qu'après de nombreux tests réalisés sur le titre, l'agencement, les couleurs et les images de ma page de capture.

A l'issue de cette étape, on se constitue une véritable liste de contacts qui ne sont plus de simples visiteurs mais des **prospects qualifiés** ! Car ils ont montré de par leur engagement (laisser son email est engageant) leur volonté de résoudre leur problématique.

Désormais, il va falloir travailler à ce que ces prospects se transforment en clients...

Étape n°3 : Créer une séquence d'emails

La séquence d'emails est un processus automatisé qui va se déclencher dès qu'un visiteur aura laissé son adresse email sur la page de capture. S'en suit une série de mails que va recevoir le prospect qui a pour but de le convaincre que votre produit, votre service ou votre méthode est fait pour lui.

C'est ce que l'on appelle l'**emailing** ou **email marketing**. Pour réussir sa campagne d'emailing, vous devez :

- apporter de la valeur régulièrement
- ôter les freins à l'achat (Les 3 plus gros freins sont : le temps, l'effort et l'argent)
- renforcer la confiance envers vous et vos produits (par des témoignages positifs de clients par exemple)
- utiliser des techniques marketing (urgence, promotions, rareté, etc.)

Ainsi à force de "travailler le prospect", vous finirez si votre produit est bien conçu (et donc fait pour lui) à le convertir en client.

La séquence d'emails peut s'étaler sur quelques jours ou aller jusqu'à une voire deux semaines. Il n'y a pas de règles à cela. A vous de choisir la périodicité et le nombre d'emails que vous souhaitez envoyer.



Le principale avantage que je vois dans la séquence d'emails c'est que c'est un processus totalement automatique. Une fois que vous avez rédigé le texte de vos emails, tous les mails sont envoyés à vos nouveaux prospects sans que vous ayez à vous en occuper, et ce, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Remarque :

Si dans l'étape n°2, vous aviez récupéré le numéro de mobile de la personne, vous pouvez tout à fait la contacter par téléphone dans le but de dresser ses besoins et éventuellement d'engager une vente dans la foulée ; les résultats sont encore meilleurs lorsqu'on a la personne de vive voix. Mais cette opération demande du temps et si vous souhaitez automatiser votre système, la séquence d'emails est une solution qui vous libère un temps considérable.

Étape n°4 : La page de vente

Une fois que votre prospect est entré dans votre séquence de mails, il se trouve au cœur de votre système. Si vous avez bien fait votre travail dans l'étape n°3, désormais, il vous connaît mieux, il est assuré de votre expertise et des bons résultats que l'on peut obtenir en s'engageant avec vous.

C'est donc le moment opportun pour le diriger vers votre page de vente.

Une page de vente c'est quoi ?

Comme son nom l'indique la **page de vente** est un espace où vous allez amener votre prospect pour qu'il passe à l'action (c'est à dire acheter votre produit) :

Les 5 caractéristiques d'une bonne page de vente

Voici les 5 points qui caractérisent une page de vente efficace :

- Un **titre accrocheur** qui affiche votre promesse
- Les **bénéfices** : qu'est-ce que le prospect obtiendra / atteindra en achetant votre produit ?
- La **description de votre offre**
- Des **témoignages clients**
- Un bouton d'**appel à l'action**

Concernant la forme, il n'y a pas de règles. Vous pouvez opter soit pour une page de vente textuelle, soit pour une video de vente. A vous de voir si vous êtes plus à l'aise dans l'art de convaincre par écrit (le copywriting) ou bien lorsque vous vous adressez directement face caméra à votre prospect.

Exemple d'une page de vente textuelle :

JASON FERRUGGIA PRESENTS: **THE RENEGADE DIET**

FORGET ABOUT STRICT, COMPLICATED DIETS
GET ABSOLUTELY RIPPED IN 60 DAYS

It's time to end the confusion, cut through the nonsense and discover the simple nutrition plan that works. Forget about all the hype and gimmicks.

Forget about low carbs, ultra high protein and food combining. That's all bullshit.

There are three problems with most diet programs out there:

1. With most muscle building diets you gain two pounds of fat for every pound of muscle.
2. With most fat loss diets you lose one pound of muscle for every two pounds of fat.
3. Low carb diets kill your physical and mental performance, and wreck your body.

For a nutrition plan to work it has to be simple. It has to fit and work with your lifestyle. It can't be ultra restrictive and chock full of rules. And you have to be able to eat the delicious foods you love. That's what The Renegade Diet is all about.

GET IMMEDIATE ACCESS FOR \$27.00
60-DAY MONEY BACK GUARANTEE

VISA MASTERCARD DISCOVER

THE RENEGADE DIET
Losing Fat & Gaining Muscle Simultaneously is Now a Reality
JASON FERRUGGIA

Facebook Like 48K

JASON FERRUGGIA HAS BEEN FEATURED IN:

FAST COMPANY ESPN Men's Fitness Men's Health MUSCLE MAGAZINE MUSCLE MOTHERS SHAPE

THE ONLY DIET THAT SPECIFICALLY TARGETS UGLY, STUBBORN, HARD-TO-LOSE BODYFAT.

Now matter how hard you try or what you do it seems impossible to lose that ugly bodyfat on your belly, chest, hips, love handles and glutes.

The Renegade Diet was designed specifically to eliminate stubborn fat once and for all crushing the **5 biggest nutrition myths**:

- 1 Myth: Low Carb/ Paleo Style Diets Are the Best for Losing Fat**
Fact: Low carb diets kill your physical and mental performance. They also negatively effect hormone levels, making it even harder to lose fat and build muscle.
- 2 Myth: High Protein Diets Build More Muscle & Burn More Fat**
Fact: This is a lie told by supplement companies. Too much protein causes digestive health issues and makes you fatter.
- 3 Myth: You Should Eat 6 Meals Per Day**
Fact: In studies comparing 3 meals vs. 6 meals there was no difference in fat loss. There's no need to be a Tupperware carrying slave to your diet.
- 4 Myth: Breakfast is the Most Important Meal of the Day**
Fact: 90% of Americans eat breakfast, yet 50% are obese. There are better options.
- 5 Myth: You Have to Cut Calories & Carbs at Night**
Fact: Studies show that those who consume the majority of their calories and carbs at night lose more bodyfat.



BURN FAT WHILE EATING ALL THE FOODS YOU LOVE



Wouldn't you love to burn stubborn bodyfat while still getting to eat delicious foods every week and a big dinner every night?

Do you want to do it without becoming a slave to scales and calculations?

Do you want to eliminate gas, bloating, constipation, and other digestive health issues?

Would you like to rid yourself of joint pain just by making some simple changes to the foods you eat? Or have energy levels you haven't experienced since high school?

Imagine feeling ten years younger. How much that would impact your family and social life.

And how much more productive and financially successful you could be.

Exemple d'une page de vente vidéo (créée en 1 clic sur systeme.io) :



Étape n°5 : La page de commande (ou page de paiement)

Qu'on se le dise, ce sont les prospects les plus intéressés par votre offre qui arriveront sur cette page. Le début de votre tunnel a éliminé tous les curieux et les moins motivés.

Ceux qui voient cette page sont donc des personnes sérieuses. Mais attention, rien n'est joué, tant que la personne n'a pas entré ses coordonnées bancaires et réglé sa commande, vous ne pouvez pas crier victoire maintenant !

Par conséquent, il va falloir faire un ultime effort de persuasion pour pousser votre client potentiel à l'achat, et de réassurance pour ôter tous les derniers freins qui resteraient dans sa tête et qui risqueraient d'empêcher la vente !

Pour cela, vous devez agencer une page qui récapitule ce que va recevoir le client et qui le rassure : c'est la **page de commande** (également appelée page de paiement). Cette page doit contenir :

- Le récapitulatif de la commande (ce que va recevoir l'acheteur)
- les informations du client (nom, prénom, adresse, etc.)
- les mode de paiement
- Les bénéfices de votre offre (ce que votre produit va apporter au futur client)
- Des éléments de réassurance (Paiement sécurisé, témoignages de clients satisfaits, vos références, photos de vos résultats, etc.)
- Des éléments pour faire passer le potentiel client à l'action (Urgence, compte à rebours, offre limitée, stock limité, nombre de places limitées, etc.)

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

Exemple d'une page de commande

UN ACCÈS INSTANTANÉ POUR SEULEMENT +249€ 199€.

00:23:59:19
JOURS HEURES MINUTES SECONDES

1

INFORMATIONS DE CONTACT

Nom

Prénom

E-mail

2

LES MODES DE PAIEMENT



Numéro de carte

Date d'expiration

Code de sécurité

3

VOTRE COMMANDE

VALIDER

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla huiusmodi amet metus metus viverra. Sed lorem velit, ornare et metus et, tempor molestie nulla. Vivamus molestie, tortor et suscipit gravida. In euismod ultricies magna, pretia viverra hella hella eu dolor. Donec mollis fermentum dui. Fusce fermentum nibh id congue volutpat.

PHOTO, VIDEO ETC

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit dunel

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit dunel

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit dunel

“

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Autem dolore, alias, numquam enim ab voluptate id quam harum ducimus cupiditate similique quisquam et deserunt, recusandae.

“

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Autem dolore, alias, numquam enim ab voluptate id quam harum ducimus cupiditate similique quisquam et deserunt, recusandae.

page de vente réalisée sur systeme.io

Étape n°6 : Les ventes additionnelles

Lorsque j'ai débuté, je ne pensais pas que le simple fait d'ajouter cette étape dans mon tunnel de vente allait doubler mes revenus...

Les ventes additionnelles, c'est quoi ?

Les ventes additionnelles (appelées **cross-selling** en anglais) sont des propositions d'offres supplémentaires que vous ajoutez dans votre tunnel de vente et qui sont complémentaires au produit que le client vient d'acheter.

Prenons un exemple très simple.

Imaginons que vous vendiez du matériel de pêche. Il y a fort à parier qu'une personne qui achète une canne à pêche sur votre site aura également besoin d'appâts pour pouvoir attraper du poisson. Autant acheter tout d'un coup, non ? Et c'est là que le bon vendeur qui connaît bien ses clients (c'est à dire vous) intervient. Au lieu de ne proposer qu'une canne à pêche à votre client, vous allez lui proposer des appâts, et pourquoi pas, des rangements pour son matériel de pêche et autres accessoires utiles.

> Résultat, alors que votre client aurait pu repartir de votre site avec une canne à pêche à 100€, il va ressortir avec une canne à pêche à 100€ ET des appâts à 20€ : le panier total est donc de 120€.

Avec cette simple astuce, vous venez d'augmenter votre chiffre d'affaires de 20% !

Bien-sûr, ce ne sont pas 100% de vos clients qui se laisseront séduire par vos offres additionnelles. Mais sachez qu'environ 15 à 30% des clients prendront ces produits supplémentaires. Ce n'est pas rien !

La puissance des ventes additionnelles réside dans le fait que vous augmentez vos revenus SANS aller conquérir de nouveaux clients ; l'augmentation se produit sur la base de clients existants !

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

C'est ce qui a fait notamment le succès d'Amazon. Achetez un livre sur Amazon et le site vous proposera toujours les livres qui fonctionnent le mieux sur le même sujet.

Les 2 endroits stratégiques où proposer une vente additionnelle

Il y a 2 endroits stratégiques où vous pouvez placer vos ventes additionnelles. C'est :

- sur la page de commande
- juste après la page de commande

Voyons pourquoi et comment, avec les différents types de ventes additionnelles que l'on peut rencontrer.

Les 3 types de ventes additionnelles

Voici les 3 types de ventes additionnelles que l'on rencontre dans les tunnels de ventes les plus efficaces :

- L'order Bump
- L'upsell
- Le downsell

L'order bump

L'**order bump** est une vente additionnelle que vous proposez directement sur la page de commande dont nous avons parlée dans l'étape n°5.

C'est en général un bloc en pointillé accompagné d'une case à cocher suivi d'un court texte qui propose votre produit additionnel.

Il est situé juste en dessous de l'espace réservé aux informations de paiement.

LES MODES DE PAIEMENT

☐

Numéro de carte

Date d'expiration

Code de sécurité

VOTRE COMMANDE

☐ **Oui, je veux ce produit !**

Placez ici un texte impactant et convaincant qui vante les bénéfices de votre produit additionnel. Autem dolore, alias, numquam enim ab voluptate id quam harum ducimus cupiditate similique quisquam et deserunt, recusandae.

Valider

consectetur adipiscing elit dunel

☒ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit dunel

“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Autem dolore, alias, numquam enim ab voluptate id quam harum ducimus cupiditate similique quisquam et deserunt, recusandae.

“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Autem dolore, alias, numquam enim ab voluptate id quam harum ducimus cupiditate similique quisquam et deserunt, recusandae.

exemple d'un order bump réalisé sur système.io

Effectivement, c'est très intelligent de proposer un produit supplémentaire à cet endroit stratégique car la personne, qui est sur le point d'acheter, a déjà entré ses coordonnées bancaires et se trouve à 1 clic de la validation de sa commande

Vu que l'order bump est présenté sous forme d'un court texte (pour ne pas surcharger la page de commande), vous devez être impactant et persuasif. Pour cela, la personne doit comprendre le bénéfice qu'apporte votre produit additionnel en une phrase. Soyez convainquant !

Par ailleurs, pour être efficace, l'order bump ne doit pas dépasser 50% du prix du produit que le client était venu acheter au préalable.

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

En effet, si le client était venu acheter une canne à pêche à 100€, il ne s'attend pas à voir un produit supplémentaire aussi cher voire plus cher que son produit initial. L'order bump ne devrait donc pas dépasser 50€ dans ce cas-là.

Voici un exemple d'un order bump bien construit : si quelqu'un vient d'acheter une canne à pêche (gamme pour débutant) à 75€, vous pouvez lui proposer en order bump sur la page de commande, un petit livre " Le Guide de l'apprenti pêcheur : 10 leçons pour maîtriser la pêche" à 15€.

Même avec les frais de port, le panier total de ce client ne dépassera pas 100€, ce qui est psychologiquement acceptable pour lui. Et vous, en passant, vous augmentez le panier de votre client de 20% :-)

L'upsell

L'**upsell** est une proposition commerciale supplémentaire que l'on place généralement juste après que le client ait validé sa commande.

ATTENDEZ ! Offre spéciale SEULEMENT AUJOURD'HUI

Ajoutez une formation supplémentaire à votre commande avec une réduction exceptionnelle...



Oui, je souhaite ajouter

La formation "Les secrets du marketing numérique" maintenant !

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse auctor massa non hendrerit eleifend. Donec luctus, nibh non iaculis rhoncus, nisl tortor auctor risus, nec bibendum magna risus vitae leo. Fusce felis nibh, aliquet laoreet sapien nec, laoreet sagittis sem.

- ➔ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing
- ➔ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing
- ➔ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing
- ➔ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing

Ajouter à la commande maintenant !

Non merci, je n'ai pas besoin de ça maintenant

exemple d'upsell réalisé sur systeme.io

Dans cette étape, on propose un produit complémentaire au produit que le client vient d'acheter.

Par exemple, si vous vendez un programme de musculation, vous pouvez légitimement proposer un régime alimentaire qui contient les recettes de cuisine les plus adaptées à la prise de muscles.

Pourquoi l'upsell fonctionne aussi bien ?

Parce que le client a déjà validé sa commande, donc sur la page d'upsell, on n'a pas à redemander au client d'à nouveau renseigner ses coordonnées bancaires. Il n'y a plus aucun frein à l'achat dans votre processus de vente. C'est donc le moment le plus opportun pour lui proposer un produit complémentaire.

Contrairement, à l'order bump, ici il n'y a pas de règles concernant le prix du produit que vous allez proposer. Il s'agit davantage de proposer un produit qui a du sens et qui va permettre à votre client d'améliorer son quotidien. Par exemple, cela peut être un produit qui va permettre :

- d'atteindre ses résultats plus rapidement
- d'atteindre des résultats plus importants
- de faire des économies
- de faire moins d'efforts
- etc...

Sur un de mes sites, j'ai une petite formation qui apprend aux débutants les bases pour créer un blog rentable sur internet. La page de commande du produit avait un taux de conversion de 13%.

Très vite, je perçois qu'il y a une opportunité à proposer un produit complémentaire pour apprendre à créer du contenu ciblé sur internet et ainsi acquérir du trafic qualifié sur son site.

C'est pourquoi, j'ai ajouté un upsell juste après la commande de mon 1er produit... **Résultat, j'ai multiplié mes revenus par 2,7 !!** Je suis passé de 441€ générés à 1193€ (441€ + 752€), soit une augmentation de 170%.

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

ible og ia ie	513	0	0%	66	13%	441.00 €	0.85 €
CM	70	0	0%	17	24%	752.00 €	10.74 €

Remarquez que 24% des personnes qui ont acheté mon premier produit, achètent également mon second produit, soit **1 acheteur sur 4**. Ce pourcentage est énorme !

Voilà pourquoi l'upsell est si puissant dans un tunnel pour exploser vos ventes...

Le downsell

Le **downsell** est une offre visant à récupérer les clients qui n'ont pas été séduits par votre 1ère offre ou votre upsell. C'est une technique marketing très puissante qui peut récupérer jusqu'à 50% des clients perdus !

The screenshot shows a dark-themed website interface. At the top, an orange banner reads "ATTENDEZ ! Votre commande n'est pas encore complète". Below this, a large white dashed box contains the text "UNE OFFRE UNIQUE" and "PROFITEZ DE 70% DE RÉDUCTION". Underneath, it says "Dites quelque chose de très astucieux pour attirer leur attention" and "AVOIR ACCÈS À L'OUTIL QUI DONNE VIE AU PRODUIT". A teal box on the left contains a book cover titled "VOTRE LIVRE" with a building image. To the right of the book cover, the text "OBTENIR CE DOCUMENT" is followed by pricing: "Le prix initial : 29,95€" and "Ce que vous paierez : 6,00€". Below the pricing is a paragraph of Lorem Ipsum text. At the bottom of the teal box is a large orange button that says "Oui, ajoutez à ma commande pour seulement 6,00€". To the right of this button is a smaller white button with a black border that says "Non, merci".

exemple de Downsell réalisé sur systeme.io

Sur le principe, il ne diverge pas de l'upsell. La seule différence ici, c'est que l'on va chercher à proposer un produit moins cher pour récupérer le client.

Voici 3 techniques qui fonctionnent bien pour récupérer un client perdu :

- Proposer une réduction importante sur le prix du produit qui avait été proposé dans l'étape précédente de votre tunnel
- Offrir de tester votre produit gratuitement pendant X jours
- Ajouter gratuitement un élément à votre première offre (un produit offert, un service gratuit, etc.)

Comment réussir sa vente additionnelle (order bump, upsell, downsell) ?

La réussite de la vente additionnelle réside dans votre capacité à connaître votre client.

Si vous connaissez votre cible sur le bout des doigts, vous pouvez anticiper facilement ses besoins actuels et futurs. Vous comprenez maintenant pourquoi la phase de recherche d'informations de l'étape n°1 du tunnel de vente est si importante : elle va vous donner des informations précieuses pour votre business et ainsi faire progresser votre chiffre d'affaires dans le temps.

Si un client a validé son besoin en achetant un premier produit sur votre site alors, si l'offre que vous lui proposez ensuite peut l'aider à atteindre ses objectifs plus facilement, il sera prêt à l'acheter.

Étape n°7 : La page de remerciement

La **page de remerciement** est la page qui apparaît une fois qu'un de vos clients a réglé sa commande.



exemple d'une page de remerciement réalisée sur système.io

C'est une étape à ne pas négliger, pour 2 raisons :

- Une personne venant de laisser ses coordonnées bancaires a besoin d'être rassurée que sa commande a bien été réglée et prise en compte par le site. Elle doit aussi connaître le déroulement de la suite des opérations (exemple : envoi d'informations par mail, date de réception de la commande, conditions d'expédition, etc...)
- C'est une opportunité de proposer à votre tout nouveau client de rejoindre votre communauté en l'invitant à rejoindre votre groupe Facebook ou Télégram, votre page Instagram ou encore de s'abonner à votre chaîne YouTube. Cela vous permet d'entretenir le contact avec vos clients autrement que par mail et cela représente une occasion de leur pousser des nouveaux produits plus tard... Il n'y a rien de plus efficace dans la vente que de proposer vos nouveaux produits aux clients existants !

Une dernière chose, à ne surtout pas oublier : le Trafic !

Sans trafic, pas de vente !

Et oui ! Vous pourrez avoir la plus belle et la plus performante des boutiques, si personne ne la visite, vous ne vendrez rien !

Par conséquent, si vous voulez faire des ventes, il faut alimenter votre système. Et pour cela, vous aurez besoin de trafic. Autrement dit, il

faut amener de manière régulière de nouveaux

visiteurs dans votre machine à vendre, et plus précisément, sur votre page de capture. Pour cela, plusieurs canaux s'offrent à vous :



1. Les moteurs de recherches (Google, YouTube, Pinterest)
2. Les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Telegram)
3. La publicité (Google ads, Facebook ads, etc)
4. Les partenariats avec d'autres sites ou personnes (affiliés)
5. Les forums de niches
6. Mais aussi votre propre notoriété

Personnellement, j'utilise majoritairement les moteurs de recherches pour acquérir mon trafic à savoir Google et YouTube. C'est selon moi les sources de trafic les plus qualifiées qui existent sur le web.

En effet, contrairement aux réseaux sociaux et aux publicités où les personnes sont en consultation de leurs actualités et plutôt passives, sur les moteurs de recherches, les utilisateurs sont actifs, ils recherchent réellement de l'information. Cela aboutit à une meilleure qualification du trafic.

Quel outil choisir pour créer son tunnel de vente ?

Pour bien choisir votre outil de tunnel de vente, voici la liste des critères que vous devez regarder en priorité :

- le prix
- le support de communication que vous utilisez (WordPress, Facebook, YouTube, Instagram)
- la prise en main et la facilité d'utilisation
- les fonctionnalités minimum (page de capture, page de vente, autorépondeur)
- la connexion à une plateforme de paiement sécurisée (PayPal, Stripe)

Quelques autres fonctionnalités peuvent vous être bien utiles pour booster les performances de votre tunnel :

- les données et statistiques sur vos ventes
- upsell, downsell, order bump
- possibilité de créer un espace de formation en ligne
- possibilité de créer son propre programme d'affiliation

Ainsi, voici une liste d'outils de tunnels de ventes qui répondent parfaitement à ces critères :

- **[Système.io](#)** : c'est l'outil n°1 pour créer facilement n'importe quel type de tunnel de ventes
- **Clickfunnel** : l'outil le plus populaire dans le monde mais malheureusement, il est en anglais. Si vous êtes novice et que vous ne maîtrisez pas l'anglais, je ne vous le recommande pas.
- **Cartflows** : c'est l'outil de tunnel de ventes créé pour WordPress qui ravira les possesseurs du CMS.

Système.io : L'outil n°1 pour créer facilement un tunnel de vente performant

Chacun des outils cités ci-dessus a ses spécificités mais, selon moi, **Systeme.io** est le plus complet d'entre eux.



C'est l'outil que j'utilise tous les jours pour construire mes tunnels de ventes, réaliser des tests et suivre mes statistiques. Il est ULTRA complet et s'adapte à toutes les activités que l'on peut rencontrer sur internet (e-commerce, YouTube, blog, Instagram, Facebook, etc.)

Cet outil est facile à utiliser (aucun besoin de s'y connaître en informatique ou en web marketing) et convient parfaitement pour construire le tunnel ultra performant en 7 étapes que j'ai exposé dans ce guide.

Au niveau tarif, il n'est vraiment pas cher ; l'offre d'entrée de gamme nommée "StartUp" est à 27 euros par mois. Mais j'utilise personnellement, la version au-dessus ("Webinar" à 47 euros par mois) qui me permet d'avoir accès aux options Webinar et Test A/B qui me sont indispensables car elles ont une incidence significative sur mes résultats.

Recommandé		
Startup	Webinar	Enterprise
€27	€47	€97
par mois	par mois	par mois
Arrêt possible à tout moment	Arrêt possible à tout moment	Arrêt possible à tout moment
✓ 5,000 contacts	✓ 10,000 contacts	✓ 15,000 contacts
✓ Envoi d'emails illimité	✓ Envoi d'emails illimité	✓ Envoi d'emails illimité
✓ Tunnels de ventes illimités	✓ Tunnels de ventes illimités	✓ Tunnels de ventes illimités
✓ Blogs illimités	✓ Blogs illimités	✓ Blogs illimités
✓ 3 sites membres	✓ 5 sites membres	✓ Sites membres illimités
✓ 0 domaine personnalisé	✓ 2 domaines personnalisés	✓ 5 domaines personnalisés
✓ Stockage de fichiers illimité	✓ Stockage de fichiers illimité	✓ Stockage de fichiers illimité
✓ Membres illimités	✓ Membres illimités	✓ Membres illimités
✓ Automatisations	✓ Automatisations	✓ Automatisations
✓ Upsells en 1 clic	✓ Upsells en 1 clic	✓ Upsells en 1 clic
✓ Order bumps	✓ Order bumps	✓ Order bumps
✓ Intégration de Stripe	✓ Intégration de Stripe	✓ Intégration de Stripe
✓ Intégration de Paypal	✓ Intégration de Paypal	✓ Intégration de Paypal
✓ Création de programme d'affiliation	✓ Création de programme d'affiliation	✓ Création de programme d'affiliation
✓ Réponse du support en moins de 24h	✓ Réponse du support en moins de 24h	✓ Réponse du support en moins de 24h
⌚ 0 Webinaires automatiques	✓ 3 Webinaires automatiques	✓ Webinaires automatiques illimités
⌚ Bons de réduction	✓ Bons de réduction	✓ Bons de réduction
⌚ Tests A/B	✓ Tests A/B	✓ Tests A/B
⌚ 1h de coaching offerte	⌚ 1h de coaching offerte	✓ 1h de coaching offerte
Essayez gratuitement	Essayez gratuitement	Essayez gratuitement

[Voir la grille tarifaire de systeme.io >>](#)

Ces tarifs ne sont vraiment pas onéreux aux vues du retour sur investissement et des nombreuses fonctionnalités que l'outil propose (création de page, autorépondeur, hébergement de formation en ligne, marketplace, création de système d'affiliation, etc).

Systeme.io offre pour le grand public une possibilité de tester leur outil de tunnel de vente pendant 14 jours. Mais en passant par mes liens, vous bénéficierez d'une rallonge de 16 jours supplémentaires, vous offrant ainsi 1 mois complet pour tester l'outil, appliquer les enseignements de ce guide et avoir rapidement vos premiers résultats sans déboursier 1 centime.

En travaillant quelques jours de manière assidue, vous pourrez reproduire fidèlement le tunnel de vente présenté dans ce guide. Ce qui prend le plus de temps, ce n'est pas de créer votre tunnel ; non, cela se fait en quelques heures grâce aux nombreux modèles pré-enregistrés proposés par la plateforme. Ce qui prend du temps, c'est de rédiger les textes et les accroches qui vont venir remplir les pages de votre tunnel. Mais c'est essentiel pour avoir le meilleur taux de conversion. Personne ne pourra le faire pour vous, car c'est vous qui connaissez votre client mieux que quiconque.

En plus, de créer vos tunnels de vente, vous pourrez :

- **Collecter des emails** (via page de capture, formulaires, pop-up) ;
- Profitez d'une centaine de **modèles de pages** réalisées par des professionnels du marketing et du web design.
- **Automatiser** l'envoi de vos emails selon des séquences automatiques ;
- **Héberger** vos infoproduits (eBooks, formations vidéo, etc) ;
- Créer et gérer votre **programme d'affiliation** ;
- **Vendre vos produits** (page de vente, page de commande, upsell, downsell...) ;
- Vendre les produits de la **Marketplace** et toucher des commissions d'affiliation (idéal quand vous débutez et que vous n'avez rien à vendre)
- et bien d'autres choses encore...

[Cliquez ici pour essayer gratuitement systeme.io pendant 30 jours ! >>](#)

Conclusion

Comme nous l'avons vu ensemble, ce guide vous démontre que créer un tunnel de vente n'a rien de sorcier. Il vous suffit simplement de :

- respecter les 7 étapes exposées dans ce guide
- Se procurer un logiciel qui vous permet de reproduire ces différentes étapes

Vous avez toutes les cartes en main pour générer des ventes. A vous de passer à l'action désormais !

Retenez ces deux choses :

- Ne négligez pas le travail d'investigation en amont pour connaître à fond votre cible
- Faites des tests régulièrement pour sélectionner toujours le meilleur parcours : celui qui procure le plus de visiteurs qualifiés (et de clients bien sûr) !

Une fois que vous aurez un tunnel de vente bien paramétré, l'unique chose sur laquelle vous devrez vous concentrer est l'acquisition de trafic ; élément indispensable si vous voulez alimenter votre machine à vendre.

Car plus vous aurez de trafic, plus vous aurez de ventes, c'est mécanique...

Passez à l'action et construisez votre tunnel qui rapporte aujourd'hui !

Le tunnel de vente présenté dans ce guide est facilement reproductible. Néanmoins, beaucoup de personnes me posent des questions et me demandent régulièrement des conseils pour créer ou améliorer leur tunnel de vente. Malheureusement, je ne peux parfois pas répondre à tout le monde individuellement car cela me demande énormément de temps.

C'est pourquoi, j'ai créé une **formation vidéo totalement gratuite** pour les débutants (ou ceux qui n'arrivent pas à avoir de résultats) qui vous montrera comment créer ce tunnel de vente qui

7 étapes pour créer un tunnel de vente qui rapporte (Guide PDF)

rapporte. Je vous offre également des modèles gratuits de pages que vous pourrez télécharger en 1 clic sur votre tunnel de vente

Il suffit simplement de :

1. vous [connecter à systeme.io](#)
2. vous inscrire (si ça n'est pas déjà fait)
3. aller dans la [section formation](#)

Vous pouvez également cliquer sur le lien que je vous ai envoyé dans mon 1er email.



[>>Je passe à l'action et je construis mon tunnel maintenant <<](#)

Si vous avez des questions, vous pouvez me contacter sur mon adresse email :

[**contact@creer1tunnel2vente.com**](mailto:contact@creer1tunnel2vente.com)

Bon courage,

Julien Touré

fondateur de creer1tunnel2vente.com