

GUIDE STRATÉGIQUE

POURQUOI TON TUNNEL DE VENTE NE FONCTIONNE PAS ?

UN GUIDE POUR AMÉLIORER TON TAUX
DE CONVERSION ET GÉNÉRER
PLUS DE VENTES

Pour les coachs, formateurs
et entrepreneurs qui vendent en ligne



\$\$\$

INTRODUCTION QU'EST-CE QUI NE FONCTIONNE PAS AVEC TON TUNNEL ?

Le but de ce guide est de te faire **sauver du temps** et de **l'argent** en t'aidant à mettre ton énergie à la bonne place pour trouver ce qui ne fonctionne pas dans ton tunnel, **améliorer ton taux de conversion** et atteindre tes **objectifs de ventes**.

A la fin de ce guide, tu comprendra mieux les actions à prendre pour trouver ce qui bloque dans ton tunnel et mettre ton argent où ça compte **pour faire en sorte qu'il convertisse mieux**.



INTRODUCTION QU'EST-CE QUI NE FONCTIONNE PAS AVEC TON TUNNEL ?

ATTENTION ! Je t'avoue un secret ...

Savais-tu que presque tous les tunnels de ventes ne convertissent pas au début d'un lancement. Il est très rare qu'un tunnel soit parfait dès le départ. Si tu suis les recommandations de ce guide, tu sauras quoi faire pour optimiser ton tunnel. Ne te décourage pas ! Avec de la patience et de la persévérance, tu y arriveras.

Il y a plusieurs étapes où un tunnel peut bloquer. Il est nécessaire d'isoler et d'analyser chacune des composantes pour trouver l'endroit qui peut être amélioré pour l'optimiser.



INTRODUCTION QU'EST-CE QUI NE FONCTIONNE PAS AVEC TON TUNNEL ?

Pour optimiser ton tunnel de vente et faire de l'argent en ligne, la formule est la suivante :

$$\text{AUDIENCE} + \text{OFFRE} = \text{REVENUS \$}$$

(Qualifiée) (Irrésistible)

La formule peut paraître simple mais chacun des éléments représente un défi et nécessite qu'on s'y attarde en détail. Si tes ventes ne rencontrent pas tes objectifs, la réponse se trouve dans l'une ou l'autre de ces variables.



AUDIENCE

SUR QUOI METTRE LE FOCUS AVEC TON AUDIENCE ?

Par exemple, si ton tunnel d'attraction de prospects clients ne génère pas les résultats souhaités, poses-toi ces trois questions :

- 1. Est-ce que ton outil gratuit interpelle assez de visiteurs ?**
- 2. Combien de ces visiteurs demandent ton outil gratuit ?**
- 3. Est-ce que celui-ci éveille l'intérêt qui mène logiquement vers l'achat de ton offre ?**



AUDIENCE

SUR QUOI METTRE LE FOCUS AVEC TON AUDIENCE ?



Une des choses à regarder lorsque ton tunnel ne convertit pas selon tes attentes c'est : **ton audience.**

Voici les aspects à regarder en premier :

- **Ta publicité.** Le nombre de personnes qui clique sur ton annonce (Clic True Rate ou CTR) doit être entre 1% et 2% minimum. Si ce n'est pas le cas, il faut changer soit ton visuel, ton message (copy) ou ton audience. **Conseil:** Change un élément à la fois pour faire tes tests.
- **Le nombre d'inscriptions ou de prospects.** Le taux de conversion de ta page de capture doit être au minimum 30%. S'il est en-dessous de 30%, c'est probablement le contenu rédactionnel et non le visuel que tu dois modifier en premier.

AUDIENCE

SUR QUOI METTRE LE FOCUS AVEC TON AUDIENCE ?

- **Ton outil gratuit pour attirer ton audience** : Est-ce qu'il interpelle ton client idéal ? Est-ce qu'il t'amène assez de prospects qualifiés à l'entrée de ton tunnel ?

Pour créer un outil efficace, mets-toi dans la peau de ton client idéal et demande-toi ce que tu pourrais leur offrir qui les ferait avancer ou qui leur permettrait d'atteindre un premier résultat.

N'ait pas peur de donner beaucoup de valeur pour démontrer ton expertise. Par exemple ton outil gratuit pourrait être une série de mini-webinaires, un pdf, un Ebook, un test, un challenge etc.



AUDIENCE

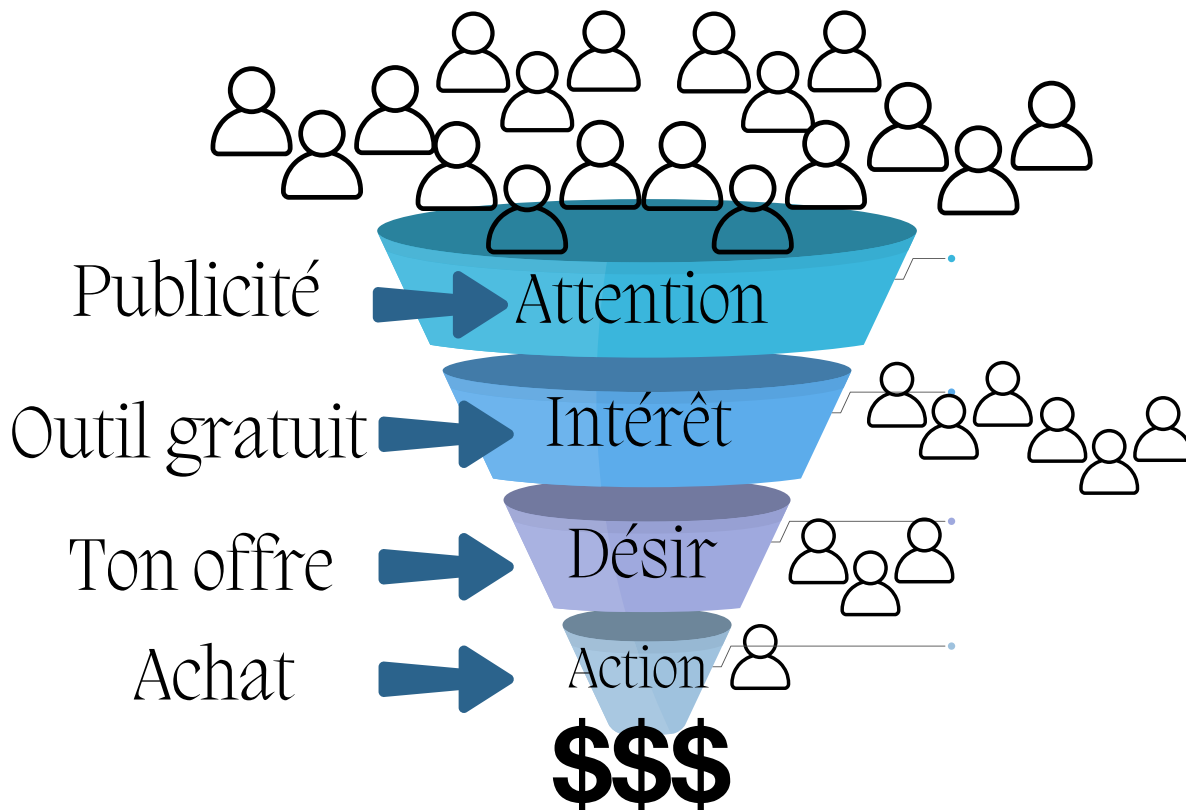
SUR QUOI METTRE LE FOCUS AVEC TON AUDIENCE ?

- **Ton outil gratuit**

Si ton outil gratuit ne convertit pas assez, crées-en un autre. Teste autant d'outils gratuits que tu peux pour connaître celui qui convertira le plus. C'est la porte d'entrée de ton tunnel, alors plus tu as de prospects à l'entrée, plus tu auras de chances de convertir.

Après avoir consommé l'outil gratuit, tes prospects doivent rester sur leur appétit. Ceci t'ouvrira la porte pour leur présenter la suite, qui doit mener à une offre (ex: une formation, un coaching) **qui sera la solution à leur prochain problème.**

En résumé, ton outil gratuit doit être le début d'une conversation avec ton client idéal qui **va mener vers l'achat de ton offre.**



AUDIENCE

SUR QUOI METTRE LE FOCUS AVEC TON AUDIENCE ?



- **La connexion avec ta liste**

Une autre question à te poser si ton tunnel ne performe pas est la suivante :

Est-ce tu entretiens la relation avec les prospects de ta liste de façon régulière et constante ?

L'erreur que font la plupart après avoir obtenu le courriel de leur prospect, c'est de ne pas continuer à développer la relation par la suite.

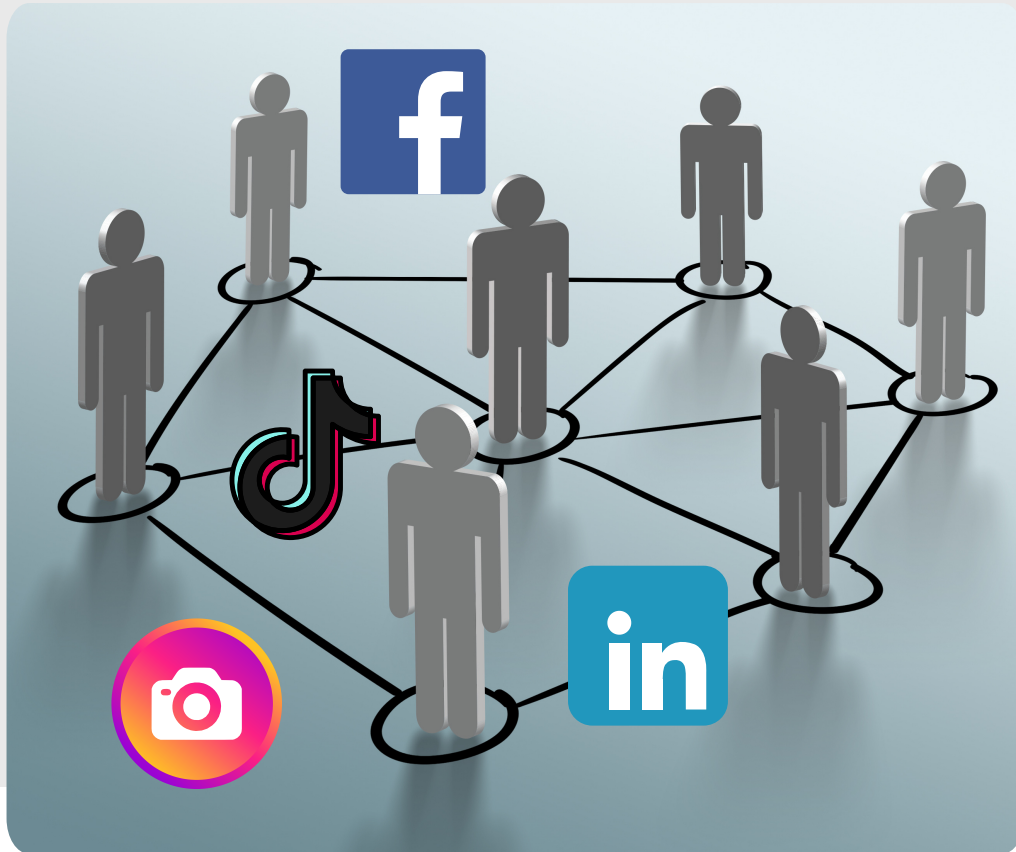
Savais-tu que c'est une des raisons **qui explique le faible taux de conversion** lorsque tu envois un courriel pour vendre tes formations ou tes services ?

Les personnes qui ont échangé leur courriel pour avoir ton outil gratuit **démontrent un intérêt envers toi et ton domaine d'expertise**. Ils veulent naturellement en savoir plus. C'est le temps de faire connaissance et de démontrer ta valeur et ton expertise en communiquant directement avec eux par courriel de façon constante.

AUDIENCE

SUR QUOI METTRE LE FOCUS AVEC TON AUDIENCE ?

- **La connexion avec ton audience : Les réseaux sociaux**



L'animation de tes médias sociaux devrait passer en deuxième, soit après la connexion avec les nouveaux prospects qui ont demandé ton outil gratuit.

Les abonnés de tes réseaux sociaux sont en général moins chauds que les prospects sur ta liste. Par contre, ils peuvent le devenir si tu leur offres de la valeur à travers tes publications.

Cette activité peut devenir très énergivore, c'est la raison pour laquelle je conseille toujours de choisir UNE plateforme au début, soit celle où ton client idéal se retrouve en plus grand nombre.

AUDIENCE

SUR QUOI METTRE LE FOCUS AVEC TON AUDIENCE ?

Ta présence sur les médias sociaux répond à trois objectifs :

1- Publier du contenu gratuit contribue à **faire grandir ton audience chaude**

2- Publier du contenu gratuit de façon constante contribue à **augmenter les chances que tes abonnés achètent des offres**

3- Ton contenu gratuit contribue à **rendre tes publicités plus efficaces**. Si les gens qui voient tes annonces ne trouvent pas d'informations à ton sujet ou reliées à tes services, ils seront moins enclins à acheter. A l'opposé, s'ils trouvent que ton contenu est pertinent et qu'il apporte de la valeur, **ils seront plus enclins à acheter de toi**.



L'OFFRE

TON OFFRE EST-ELLE IRRÉSISTIBLE ?



Assure-toi de présenter ton offre de façon à ce qu'elle réponde à **un désir** et non à un besoin.

“Give them what they want, not what they need”

“ Donne-leur ce qu'ils veulent et pas ce dont ils ont besoin”
(traduction libre)

Une erreur fréquente de la vente est de commencer à présenter ton offre en détail, en parlant du comment et de ce qu'ils ont besoin (ex: 2 rencontres zoom par semaine, 16 modules de 20 minutes etc) au lieu de parler **du résultat ou de la transformation** qu'ils vont obtenir.

Est-ce que ton offre a une promesse claire ?

La promesse c'est **la transformation** qu'ils souhaitent après avoir consommé et implémenter ton offre ou ton outil gratuit.

Par exemple, pour une offre d'optimisation de tunnel de vente :

Désir (i.e. ce qu'ils veulent ou la transformation) : Un tunnel de vente qui convertit et qui génère des revenus.

Besoin : Décortiquer et analyser chacun des éléments du tunnel de vente pour identifier ce qui bloque et optimiser le taux de conversion.

L'OFFRE

TON OFFRE EST-ELLE
IRRÉSISTIBLE ?



Que ton offre soit gratuite ou payante, le principe est le même. Voici l'exemple d'une **offre d'outil gratuit** pour les amateurs de peinture à l'huile.

Titre-A : Guide de mélange de peinture à l'huile

Titre-B : Une couleur parfaite à chaque fois : un guide pour mélanger vos couleurs et peindre à l'huile en toute confiance

Le titre-B remporte haut la main en conversion parce qu'il introduit le désir ou le bénéfice recherché.

Ils ont besoins d'un guide pour mélanger leur peinture à l'huile mais ce qu'ils veulent surtout c'est de savoir comment avoir le bon mix de couleurs à chaque fois (bénéfice, désir).

L'OFFRE

TON OFFRE EST-ELLE IRRÉSISTIBLE ?

Pour que ton offre soit irrésistible, assure-toi que les cinq "ingrédients" suivants sont en place :

- **Ton service/produit répond-t-elle à un réel problème** qui préoccupe ton avatar et pour lequel il cherche une solution maintenant ? Ex: Une formation complète pour apprendre les secrets de la peinture à l'huile même si tu pars de zéro.
- **Tes bonus sont-ils complémentaires à ton offre et apportent-ils encore plus de valeur ?** L'ajout de bonus rendra ton offre unique et plus attirante. Non seulement, ils pourront difficilement la comparer avec d'autres offres dans le même marché mais la valeur perçue de ton offre sera plus grande. Ex: 3 astuces pour accélérer le séchage de la peinture à l'huile.
- **La valeur perçue est-elle plus grande que le tarif demandé ?** Ton tarif reflète-t-il aussi ton expertise et ton expérience ?
- **Offres-tu une garantie ?** Si tu es peu ou pas connu(e), cet aspect a encore plus d'importance. Il diminue le risque de ton futur client et facilite le passage à l'action (l'achat), surtout si le montant de ton offre est élevé.

Ton offre doit être tellement irrésistible que ton client va se sentir mal de dire non ! 🤔 😊

L'OFFRE

SUR QUOI METTRE LE FOCUS DANS TON OFFRE ?

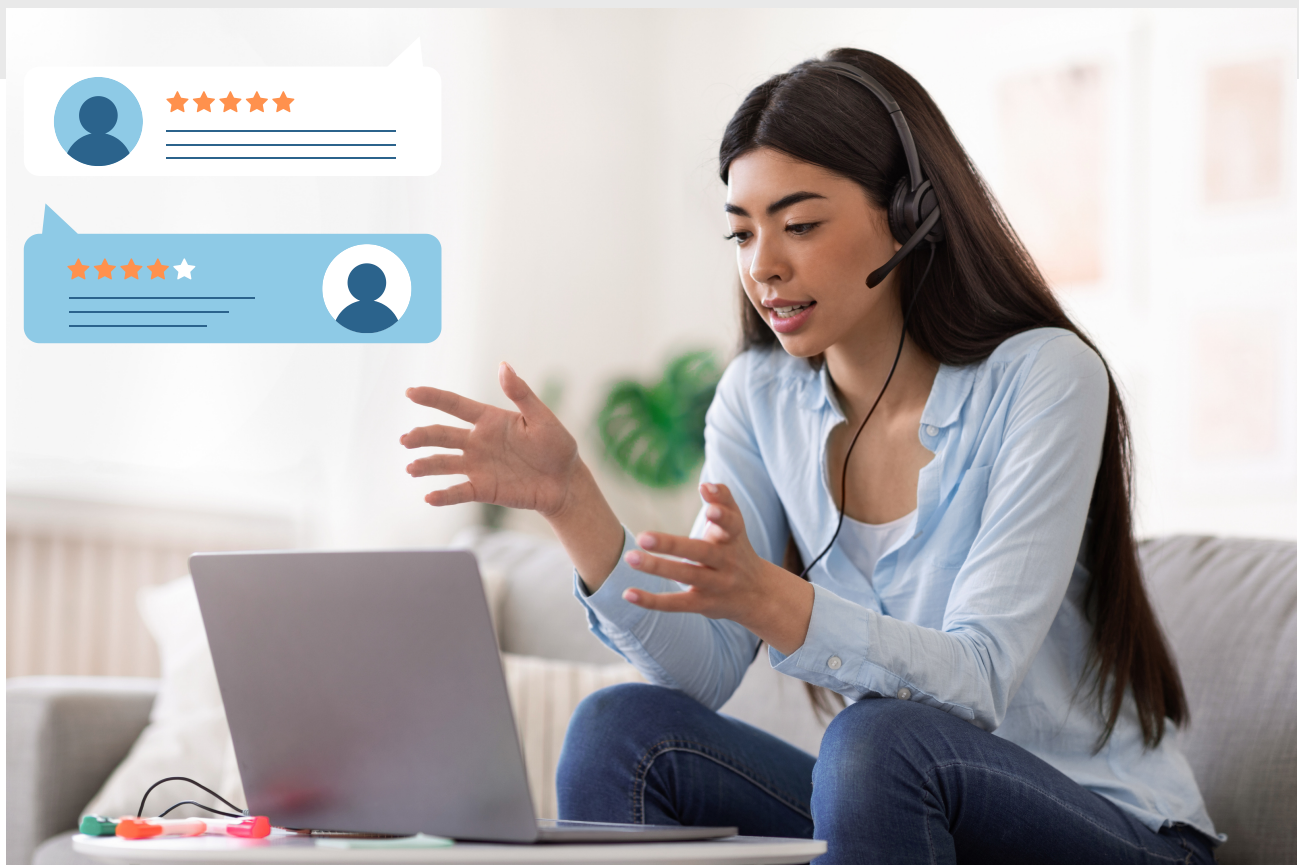
Est-ce que tu démontres bien ton expertise ?

Tu dois démontrer que ton offre est **LA solution** qui va leur permettre d'atteindre le résultat souhaité et que **TU es la bonne personne pour les aider.**

La preuve sociale ou personnelle est importante et augmente le lien de confiance.

Parle de ton histoire. de tes expériences, des résultats avec tes clients et ajoute tous les témoignages pertinents.

Si tu peux avoir des témoignages en format vidéo c'est encore mieux !



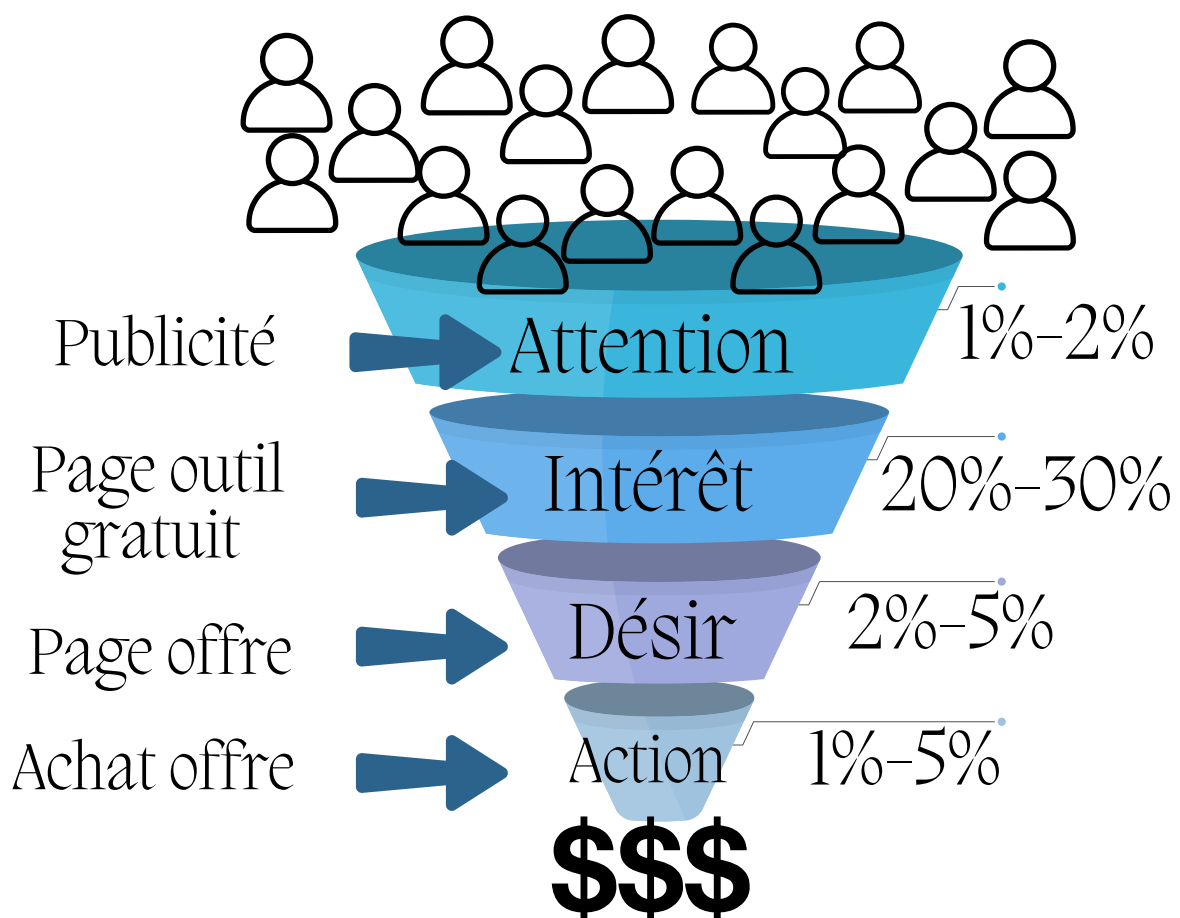
LES REVENUS

SUR QUOI METTRE LE FOCUS
POUR GÉNÉRER DES VENTES ?

Taux de conversion achat de l'offre : prospect en client

Si tes prospects sont bien qualifiés, que ton outil gratuit amène naturellement tes **nouveaux prospects à vouloir la solution à leur prochain problème** (ex: ta formation), ton taux moyen de conversion achat devrait se situer **entre 1% et 5%**.

En résumé, c'est une affaire de statistiques ! Plus ils y a de visiteurs à l'entrée de ton tunnel, plus tes chances d'avoir des clients au bout sont élevées.



LES REVENUS SUR QUOI METTRE LE FOCUS POUR GÉNÉRER DES VENTES ?

Ces taux seront influencés par plusieurs facteurs tels que : la **qualité de ton outil gratuit**, la pertinence de **ton offre**, ta **niche**, la compréhension des **comportements de ta clientèle cible**, ton **marché**, la **stratégie marketing** et ton **système de vente** (tunnel de vente) et tes **aptitudes en ventes**.

Conseil : Avant de tirer des conclusions sur l'efficacité de ton tunnel de vente, tu as besoin d'un échantillon de données minimum. Tu dois avoir au moins 100 personnes qui ont demandé ton outil gratuit avant de le modifier et tu veux avoir au moins 30 à 50 achats de ton offre avant de conclure qu'elle ne fonctionne pas et de la modifier.

Ensuite, regarde tes statistiques. Plus souvent qu'autrement, c'est la **rédaction du contenu** qui doit être modifiée en premier.



EN CONCLUSION

Comme tu as pu le constater, plus tu auras de visiteurs à l'entrée de ton tunnel, plus tu auras de prospects qualifiés et éventuellement, plus de clients !



En suivant tes statistiques, tu auras un bon estimé de tes moyennes de conversion à chacune des étapes.

Ne te décourage pas si ton tunnel n'est pas optimal en partant. Avec les ajustements et de la persévérance, cela viendra.

Un dernier conseil :

Ta priorité no-1 devrait être la croissance de ton audience (ta liste) sur une base continue. N'oublie pas que l'argent est dans ta liste !

TA liste, c'est TA business !

