

MARKETING PAR EMAIL



ou
Comment Rédiger
Efficacement Vos Emails ?

Bizness ⚡ **Machine**

MARKETING PAR EMAIL



Sommaire

Sommaire	2
Introduction	3
Pourquoi est-ce si important d'obtenir des abonnés ?	6
Les outils nécessaires.	11
Quelles sont les règles d'or du marketing par email ?	13
L'élément le plus déterminant : l'objet de votre email	19
Comment écrire des objets qui attirent l'attention de vos abonnés ?	21
Quelques exemples d'objets qui fonctionnent	25
Rédiger le corps de votre email	28
Inciter au passage à l'action !	33
Comment écrire un Postscriptum ?	36
Vendre un produit à vos abonnés – dès le premier email ?	38
Un exemple d'email	42
Analyse de cet email	45
Quelques exemples supplémentaires	47
Conclusion	52
À Découvrir	Erreur ! Signet non défini.
BONUS	Erreur ! Signet non défini.

Introduction

L'argent est dans la liste !

On ne peut pas commencer un ebook concernant le marketing par email sans parler de cette célèbre phrase qu'on découvre tous les jours sur Internet (*pour les personnes qui s'intéressent à un minimum au marketing Internet évidemment*).

L'argent est dans la liste...

C'est vrai pour certaines personnes, mais ce n'est pas parce que vous avez des abonnés à votre liste que l'argent coulera à flot quelques semaines plus tard.

Il ne faut pas oublier que la personne vous a seulement donné son prénom et son email pour recevoir votre cadeau. De là à acheter un produit...

D'ailleurs, comme le dit Nicolas Buisson « ***l'argent est dans la liste et la fortune est dans le suivi*** ».

Si vos abonnés ne vous font pas confiance, ils n'achèteront jamais vos produits ou ceux que vous recommandez.

S'il devait y avoir une formule pour réussir avec une liste d'abonnés, ce serait la suivante :

Du contenu de qualité + une bonne crédibilité = de l'argent sur votre compte bancaire assez facilement

Il est vrai que la taille de votre liste n'est pas toujours un facteur important, même s'il est préférable d'avoir 30 000 abonnés au lieu de 30. Cependant, si sur les 30 000 personnes, il n'y en a que 10 qui lisent encore vos emails et qui achètent vos produits, alors, je préfère avoir la liste de 30 abonnés fidèles qui achètent tout ce que je leur recommande.

Et vous ?

Mon objectif, à travers cet ebook, sera de vous aider à écrire des emails efficaces ce qui reste la seule manière de pouvoir réellement gagner de l'argent.

Commençons dès maintenant !

PARTIE 1

Introduction au marketing par email

Pourquoi est-ce si important d'obtenir des abonnés ?

Combien de fois avez-vous entendu parler d'une personne qui envoie un simple email à sa liste et génère, au bout de quelques heures, des milliers d'euros ? De nombreuses fois sans doute ; et je pense que vous aimeriez bien en faire autant, n'est-ce pas ?

Eh bien, vous pouvez faire partie de ces élites. Vraiment, vous le pouvez. Pas du jour au lendemain, évidemment, mais avec les techniques que vous allez apprendre avec un peu de travail, ce rêve va devenir réalité.

Mais vous devez dans un premier temps faire abstraction de l'habile diversion qui vous aveugle sur la réalité de ce type de situation.

Avez-vous déjà assisté à un spectacle de magie ? Si c'est le cas, alors vous devez comprendre ce que je veux dire par diversion.

L'art de la diversion est une pratique courante chez le magicien. Son rôle consiste précisément à nous faire regarder ce qu'il veut pourvu qu'il puisse par ailleurs opérer son tour de passe-passe. Ni vu ni connu, il termine son illusion sans que vous ayez vu quoi que ce soit. Résultat : vous êtes stupéfait !

Comment cela s'applique-t-il au marché du marketing Internet ?

Lorsque vous entendez dire qu'une personne a gagné plusieurs milliers d'euros en moins d'une semaine, vous devez comprendre qu'il s'agit de diversion. La grosse somme d'argent retient votre attention et le tour est joué. En général, on se voit déjà gagner tout cet argent et on ne pense plus qu'aux projets que l'on va pouvoir réaliser. Du coup, on ne prête plus du tout d'attention au facteur principal : **comment cet argent a-t-il été gagné ?**

Je suis convaincu que cette personne a su bien vendre son produit. Mais pensez-vous réellement que vous auriez pu entendre parler d'elle si elle n'avait pas pu, en un seul clic, contacter un nombre considérable d'acheteurs potentiels ?

Vous voyez...

Tous vos concurrents (ceux qui semblent générer des sommes d'argent très importantes, presque sur demande) peuvent en gagner beaucoup sur une base régulière, tout simplement parce qu'ils ont une exposition de première qualité et qu'ils obtiennent directement le soutien des personnes présentes sur leur marché.

Une exposition gratuite à l'aide de personnes comme vous pour être plus précis.

C'est la raison pour laquelle bon nombre d'entre eux mettent en place un programme d'affiliation. Ils créent des produits avec des marges bénéficiaires élevées puis vous donnent de généreuses commissions, si vous voulez mettre en place des liens vers leur site et que vous envoyez un email à votre liste d'abonnés.

En d'autres termes, ils vous payent pour les rendre riches et célèbres.

On voit rarement un « gourou » sans un programme d'affiliation, simplement parce que la plupart d'entre eux savent que l'effet de levier (l'utilisation des actifs des autres personnes pour leur propre compte) est la manière la plus rapide, et dans de nombreux cas la plus simple pour atteindre le succès souhaité.

Est-ce que cela signifie que les « gourous » ne savent pas comment vendre autrement leurs propres produits ? Non, pas du tout. Cela signifie simplement qu'ils connaissent un moyen facile de gagner beaucoup d'argent et d'améliorer leur crédibilité sur le marché.

Ce qu'il faut comprendre de tout cela, c'est qu'il n'y a aucun mal à admirer une personne qui a accompli quelque chose d'important. Mais il convient de prendre suffisamment de recul afin de savoir comment elle a réussi à obtenir le résultat qu'elle affiche fièrement sur sa page de vente.

Il semble que certaines personnes peuvent gagner de l'argent à la demande. Cela est certainement possible puisque lorsqu'elles ont

envie de réaliser des ventes, tout ce qu'elles ont à faire, c'est d'envoyer quelques emails à leurs listes. Ensuite, les autres personnes du marché permettent de leur faire gagner encore plus d'argent à l'aide du programme d'affiliation.

Point essentiel à retenir

Toute entreprise se développera en fonction de votre degré d'influence !

Les « gourous » ont énormément d'influence, simplement parce qu'ils ont compris comment atteindre des milliers de personnes. Grâce à leurs listes d'email, ils peuvent faire prospérer leurs affaires, affilier des gens en masse grâce à un système bien aiguisé. Il en est de même pour vous, tout ce que vous avez à faire, c'est de devenir influent à votre tour.

On pourrait penser que la seule raison pour laquelle les « gourous » gagnent beaucoup d'argent vient du fait qu'ils connaissent des techniques « secrètes ». Et en effet, ils ont tous leurs petits secrets, mais c'est avant tout une question de mathématique.

Laissez-moi vous expliquer pourquoi ?

Admettons que je dispose d'une liste de plus de 30 000 abonnés et que votre liste est composée d'environ 500 abonnés. Le prix du produit est de 10 € et le taux de conversion de 10 %

Je réalise la promotion de ce produit et je gagne 30 000 € en un seul email. Ce montant pourrait être beaucoup plus important si je réalise un suivi.

Maintenant, vous envoyez exactement le même email à vos 500 abonnés, vous gagnerez environ 500 €.

La pire réaction que vous pourriez avoir à ce moment-là est de penser que le gain réalisé par rapport aux efforts fournis est minime. Le doute en votre capacité à gagner beaucoup d'argent sur les bases de votre liste peut prendre le dessus et saper votre motivation.

Pour développer votre business, il est préférable de vous dire que tout euro est bon à prendre, et si vous réinvestissez l'argent gagné, vous pourrez obtenir de nouveaux abonnés, puis la prochaine fois que vous ferez la promotion d'un produit, vous gagnerez plus d'argent et ainsi de suite...

Comme vous avez pu le constater dans mon exemple, plus la taille de votre liste est importante, plus vous pouvez gagner de l'argent. C'est mathématique.

C'est relativement simple de gagner de l'argent quand vous avez une liste

Plus votre liste est importante, plus vos profits sont importants, plus vous avez d'argent à réinvestir dans votre business pour obtenir de nouveaux abonnés et développer de meilleurs produits.

Réinvestir votre argent vous permettra aussi de tester de nouvelles méthodes pour attirer d'autres personnes vers votre page de capture. Je pense, par exemple, à Google Adwords qui est une solution payante et par conséquent, pas toujours accessible pour ceux qui débutent sur Internet.

Avec un peu de temps, vous saurez ce qui fonctionne le mieux et ce qui ne fonctionne pas du tout, alors, vous pourrez augmenter progressivement le nombre de vos abonnés et par conséquent, votre chiffre d'affaires.

Si l'on devait résumer cela, on obtiendrait :

- **Créez votre liste dès maintenant**
- **Réalisez des profits**
- **Réinvestissez votre argent** et améliorez vos connaissances en marketing Internet afin de tester de nouvelles stratégies.

Cela peut paraître simple (et c'est le cas), et même si tout le monde le sait, très peu tiennent compte de ces trois étapes, pourtant essentielles à la réussite.

Il faut savoir que votre revenu est directement proportionnel au nombre de personnes que vous êtes en mesure d'atteindre et d'influencer grâce à vos emails.

Les outils nécessaires.

En dehors d'un espace web : site internet ou blog, l'élément essentiel sera de pouvoir récupérer les adresses emails de vos visiteurs.

Plusieurs solutions s'offrent à vous, mais elles utilisent toutes un même procédé : le formulaire.

Je vous recommande vivement l'utilisation d'outils professionnels dès le départ. Ceci, pour 2 raisons :

- La première est que vos adresses seront stockées au même endroit dès le départ.
- La seconde est que vous gagnerez du temps dans vos campagnes d'emailing par l'automatisation de vos séquences et vous vous positionnerez comme un professionnel dès le départ.

Je vous parle bien entendu des autorépondeurs.

Il en existe plusieurs, mais une fois de plus, choisissez le meilleur tout de suite, ne faites d'économies de « bouts de chandelles », car vous pourriez un jour le regretter. Je sais de quoi je parle pour l'avoir vécu il y a quelques semaines.

Un service d'autoréponse que je pensais être professionnel, lors d'une maintenance de leurs serveurs, a effacé les bases de données. En voulant restaurer leurs sauvegardes, les techniciens se sont aperçus qu'elles n'étaient pas bonnes, résultat : j'ai perdu 15000 abonnés...



<http://aweber.com>

Le top. Je ne suis pas le seul à le dire, mais l'ensemble des marketers du web international et francophone. Moins de 15 € par mois pour démarrer (*à ce jour, le premier mois est à 1\$*).

L'inconvénient : le service est en anglais, mais vous trouverez de nombreux tutoriels (ebooks et vidéos) sur le net qui vous expliqueront comment vous en servir ! Le [Cercle des Droits de Label Privé](#) vous propose une formation gratuite à ce sujet dans son espace formation !



<http://getresponse.com>

Le numéro 2 des autorépondeurs, juste après AWeber. Leurs tarifs sont 1\$ moins chers qu'AWeber...

L'inconvénient : il est en anglais, mais vous trouverez une formation proposée par Christian Maingret. 14 vidéos pour tout savoir et maîtriser [Getresponse de A à Z](#).



<http://cybermailing.com>

Le service d'autoréponse en français ! Un peu plus cher au départ, 15,95 € par mois, il peut s'avérer être plus économique à la longue.

Je le trouve un peu plus difficile à mettre en place par rapport à AWeber qui vous dirige tout au long du processus. Cybermailing, vous propose également de nombreuses vidéos explicatives en français !

NOTE IMPORTANTE : faites régulièrement, si ce n'est quotidiennement, des exportations de vos listes afin d'avoir vos propres sauvegardes, au cas où !

Quelles sont les règles d'or du marketing par email ?

L'utilisation du marketing par email est très simple puisqu'il suffit de cliquer sur un bouton pour envoyer un email à des milliers de personnes en quelques secondes. Cependant, vous ne pouvez pas faire n'importe quoi avec ses emails, car votre crédibilité est en jeu.

Je pense que vous ne ferez jamais cela, mais c'est toujours intéressant de voir les cas extrêmes et en marketing par email cela est considéré comme du spam comme dans cet exemple :

Obtenez 1000 Euros gratuitement pour jouer. Stars Casino, cliquez ici

<http://www.casinosluxstar.net/FR/>

Intéressons-nous maintenant aux différentes règles d'or liées au marketing par email.

N'envoyez jamais un email à une personne qui ne vous a pas autorisé à le faire.

Je parle évidemment des emails concernant la promotion de votre produit, par exemple.

Si demain vous m'envoyez un email me proposant de devenir votre partenaire avec le lien de téléchargement de votre produit, je ne vous en voudrais pas. Au contraire, je peux même apprécier...

Normalement, pour vous constituer une liste d'abonnés, vous proposez un cadeau en échange du prénom et de l'email de la personne. Elle accepte par la même occasion les emails que vous lui enverrez par la suite.

Faites attention aux emails que vous envoyez.

Ce n'est pas parce qu'une personne vous donne l'autorisation de lui envoyer des emails que vous pouvez lui envoyer n'importe quoi. Je me rappelle avoir reçu, il y a quelques jours, un email me proposant de découvrir un produit lié aux courses de chevaux (PMU).

Je ne comprenais pas pourquoi je recevais cet email, d'autant que je ne mettais jamais inscrit à une liste de jeux comme le PMU.

Après une petite recherche, j'ai retrouvé le cadeau qui m'avait été envoyé en échange de mon email : **un ebook concernant le bien-être.**

En quelques semaines, l'auteur est passé d'un produit du bien-être à la promotion d'un produit sur le PMU. Je n'ai rien contre les courses de chevaux, mais on est assez loin des techniques de relaxation.

Si vous créez une liste qui a pour cible une niche, vous ne pouvez pas ensuite promouvoir des produits d'une autre niche. Si tel est le cas, songez à créer deux listes différentes.

Vous devez aussi faire attention aux emails que vous envoyez, même si vous restez dans la même niche. Par exemple, promouvoir un produit de mauvaise qualité.

Si un abonné achète le produit, suivant votre recommandation, et qu'il s'avère que ce produit est de mauvaise qualité ou une arnaque, il ne vous fera plus jamais confiance et se désabonnera certainement de votre liste.

Dès que vous envoyez un email, votre crédibilité est mise en jeu, alors je vous conseille de toujours relire à deux fois avant d'envoyer un email à vos abonnés.

Proposez toujours la possibilité de se désabonner de votre liste.

Il n'y a rien de plus énervant que de ne pas trouver rapidement le moyen de se désabonner d'une liste. Je pense que vous ressentiriez la même chose lorsque cela vous arrive.

Normalement, à la fin de chaque email, il y a un lien qui permet de se désabonner et ce simple clic suffit.

Assurez-vous du bon fonctionnement de ce lien et de la réelle suppression de ces abonnés de votre liste. Si une personne reçoit encore vos emails malgré son désabonnement, elle risque de mal le prendre, et ça ne sera pas bon pour votre image de marque.

Voici un exemple, fort sympathique, qu'on peut trouver dans tous les emails de Sylvie Laflamme :

Sylvie Laflamme

p.s. Comme d'habitude, si vous ne désirez plus recevoir de mes nouvelles, je vous invite à cliquer sur le lien au bas de ce message.

L'importance de vos premiers messages

Vos premiers messages sont d'une importance capitale. Nous en verrons une partie dans le point suivant, car nombreux sont celles et ceux qui pensent, dès qu'une personne est inscrite, que l'objectif est de la faire acheter à tout prix.

C'est une méthode qui peut fonctionner, qui a même certainement fonctionné. Pour ma part, je préfère de loin une approche douce par l'information et la recommandation.

Mais, à ce stade, l'important est que vous soyez en phase avec votre stratégie, il est important qu'elle vous ressemble, car même dans les écrits, on peut sentir si quelqu'un triche ou s'il est en phase avec lui-même et honnête.

Ça vous surprend ?

- Êtes-vous inscrit sur les listes de vos concurrents ou d'autres marketers ?
- Analysez-vous les courriels que vous recevez ?
- Des choses vous surprennent-elles parfois ?
- Vous désinscrivez-vous de certaines listes ?
Si oui : POURQUOI ???

Si vous faites attention à votre ressenti par rapport à certains emails que vous recevez, vous trouverez de vous-même un grand nombre de réponses à vos questions.

Alors, ma question suivante est :

Qu'attendez-vous après vous être inscrit sur une liste ?

- À un speech de vente agressif et hautain, ou à un court remerciement et une présentation de ce à quoi vous venez de vous inscrire ?
- À un discours réducteur du genre : « *ceux qui ne font pas ce que je dis, ne réussiront jamais...* » ou à un message d'accueil rassurant et réconfortant ?
- À des courriers qui vous font penser que « l'autre sait tout », mais ne vous dira rien tant que vous n'aurez pas payé, ou à recevoir des informations gratuites qui vous aident déjà et vous mettent en confiance par rapport au produit payant qui vous est finalement proposé ?
- ...

Je pourrai dresser une très longue liste de nos attentes, mais c'est à vous de réellement les définir. Vous ne tromperez personne à moyen terme alors ne détruisez pas ce que vous essayez de construire : **une liste active et réactive** et si quelqu'un n'achète pas aujourd'hui, peut-être le fera-t-il demain !

Ne faites pas que de la promotion

De nombreuses personnes ne cherchent qu'à vendre dans leurs emails. Rien de mieux pour augmenter le taux de désabonnements.

Faites en sorte, dans vos séquences d'envois, d'ajouter de l'information gratuite, des bonus, des trucs et astuces, enfin tout ce qui vous semble pertinent et qui peut être utile pour vos abonnés.

De cette manière, ils liront vos emails, et quand le moment sera venu de leur vendre quelque chose, ils seront plus disposés à acheter.

Je ne vous en parlerai pas plus ici, car il n'y a pas de séquence idéale, il vous faut tester, tout comme l'intervalle entre vos emails, il n'existe pas vraiment de règles.

Pour conclure

Ces règles d'or sont assez simples à respecter et d'une grande logique. En tout cas, si vous souhaitez être encore présent sur le web dans les années à venir, vous devrez absolument les respecter.

Dans le cas contraire, vous allez perdre votre crédibilité et risquez de ne jamais plus vous la retrouver.

PARTIE 2

Écrire des emails efficaces

L'élément le plus déterminant : l'objet de votre email

Vous devez certainement recevoir tous les jours, de nombreux emails ? Et quelle est la première chose que vous regardez dans le contenu de vos courriels ? En règle générale, la première information que l'on cherche à connaître, c'est de savoir qui nous l'a envoyé. C'est ce que la plupart d'entre nous regardent en premier. La seconde information qui nous intéresse concerne l'objet de ce mail.

L'objet de votre message est le facteur déterminant pour donner envie d'ouvrir et de lire l'email ou de le supprimer tout simplement. C'est la raison pour laquelle, vous devez toujours tenir compte de son importance lorsque vous envoyez des informations à vos abonnés.

Tous les jours, des milliers de marketers envoient des emails à leurs abonnés, qui sont immédiatement supprimés, sans même être lus. On peut conclure, sans mal, que ces emails sont totalement inutiles.

Le but de l'objet de votre email consiste à inciter le destinataire à ouvrir cet email, à le lire et à réagir en achetant votre produit ou en se rendant sur un de vos sites. Quelques mots qui ont donc une importance capitale.

Certains mots ont plus d'impact que d'autres comme « cadeau », « découvrez », « secret ». Vous avez probablement entendu dire que le mot « gratuit » est inefficace, mais c'est tout le contraire. Les personnes apprécient de pouvoir bénéficier d'informations gratuites surtout si elles sont de qualité.

L'erreur la plus commune est souvent de ne lui consacrer que quelques secondes...

L'objet d'un email peut faire toute la différence. En effet, pour un même courriel, mais avec un sujet plus attirant, le taux d'ouverture peut aller du simple au double. Comprenez bien que plus cet email sera lu, plus vous avez de chance d'atteindre vos objectifs.

D'ailleurs, si vous souhaitez améliorer le contenu de votre objet, il sera important de réaliser des tests réguliers. Vous pourrez de cette manière déterminer quelle version de votre objet sera la plus efficace et produira les effets désirés : l'ouverture de votre email.

Comment écrire des objets qui attirent l'attention de vos abonnés ?

Existe-t-il une formule magique pour créer un objet d'email qui permette d'attirer l'attention et ainsi garantir que vos abonnés ouvriront chaque fois vos emails ?

Ce serait bien n'est-ce pas ? Malheureusement, il n'en existe pas. Néanmoins, certaines techniques vous aideront à créer des objets efficaces, pour vos emails. Des objets qui attireront l'attention de tous vos prospects.*

Technique # 1 : Se préparer à la concurrence

Tenez pour information importante le fait que vos emails sont envoyés à de vraies personnes et non à une simple liste contenant des noms et des adresses hasardeuses. Ce sont des personnes que vous allez séduire par le contenu de vos emails et à qui vous allez vendre vos produits.

Les personnes qui recevront vos emails sont comme vous, c'est-à-dire qu'elles peuvent être occupées et qu'elles n'attendent pas derrière leur écran d'ordinateur que vous leur envoyiez du courrier pour le lire.

Au contraire, ces personnes reçoivent tous les jours des dizaines d'emails et en général, de nombreuses publicités avec des objets plus

ou moins réussis qui attirent leur attention. Le vôtre, risquant de se retrouver au milieu de tous, vous devez vous assurer qu'il sorte du lot.

Technique # 2 : Répondez à la question : qu'est-ce que cela m'apportera ?

Vous avez environ 50 caractères pour répondre à cette question. Vous devez donner à vos abonnés une bonne raison pour qu'ils prennent de leur précieux temps pour voir ce que vous avez à leur dire dans votre email.

Pensez à ceux qui attirent personnellement votre attention. Tous les sujets qui attirent votre attention et vous incitent à ouvrir un email sont ceux qui vous promettent de vous aider de quelque façon que ce soit. Ils répondent à la question « **qu'est-ce que cela m'apporte ?** » et ils le font en seulement 50 caractères.

Technique # 3 : Ne promettez pas ce que vous ne pouvez pas offrir

Faites attention à ce que vous dites dans l'objet de votre email. Attirer l'attention de vos abonnés ne signifie pas leur mentir. Vous ne pouvez pas instaurer la paix dans le monde, donc ne faites pas une promesse que vous ne pouvez pas tenir.

Technique n ° 4 : Étudiez les titres des journaux

Les journaux ont des titres accrocheurs parce que ceux qui les écrivent y ont mûrement réfléchi. Achetez votre journal local, et regardez la manière dont les titres sont écrits. Portez une attention toute particulière à ceux qui attirent votre attention.

Vous pourrez noter que tous les gros titres des journaux sont des phrases-chocs qui résument les articles et cela en quelques mots. Le titre d'un article dans un journal et l'objet de votre email ont le même rôle : attiser la curiosité en un minimum de mots.

Technique n ° 5 : Ne pratiquez pas le recyclage

Même si la protection de l'environnement est à la mode, nous ne parlons pas de recyclage de plastiques ou de vieux papiers, mais bien de l'objet de vos emails.

En quoi le recyclage a-t-il à voir quelque chose avec notre sujet ? Hé bien, simplement parce que nous ne devons jamais faire du recyclage avec l'objet de notre email. Il ne suffit pas de changer un mot ou deux pour espérer obtenir un bon résultat. Chaque objet doit être propre à votre email, et donc pensé en fonction de ce dernier.

Cela pour deux raisons :

- Si une personne remarque que vous utilisez toujours les mêmes objets (à quelques différences près), elle finira par s'interroger sur la crédibilité de vos emails ! L'ouverture d'un email doit rester un acte impulsif afin d'obtenir de bons résultats.
- La signification des mots ou leur impact auprès des personnes peuvent changer avec le temps. Par conséquent, repartez de zéro chaque fois que vous écrivez un objet pour un email.

Technique n ° 6 : Testez ! Testez !

La meilleure façon de surpasser vos concurrents est de prendre le temps de tester vos objets.

Il vous sera bien utile, lorsque vous commencerez une campagne de marketing par email, de prendre quelques minutes supplémentaires pour tester différents objets et ainsi découvrir lequel est le plus efficace.

Envoyez deux ou trois variantes de votre objet aux abonnés de votre liste. Retournez 24 h après l'envoi sur votre autorépondeur et regardez ceux qui ont obtenu le meilleur taux d'ouverture.

Quelques exemples d'objets qui fonctionnent

Vous vous souvenez du virus qui a fait le tour du monde par email il y a quelques années ? L'objet contenait ce texte très court : «**I love you**».

Peu de personnes ont pu y résister et toutes ont choisi d'ouvrir l'email, bien qu'elles ne connaissaient pas l'expéditeur. En effet, à l'époque, on n'était pas aussi prudent qu'aujourd'hui. Finalement, après avoir téléchargé la pièce jointe, leurs ordinateurs ont été infectés. L'envoi de cet email est déplorable, mais le sujet était une réussite.

Nous détestons tous ce type de courriels et heureusement aujourd'hui les logiciels antivirus les bloquent avant qu'ils arrivent dans nos boîtes de réception. Cependant, nous pouvons apprendre beaucoup d'eux.

Les meilleurs objets sont ceux qui donnent un sentiment de culpabilité à la personne qui ne souhaite pas les ouvrir. Il faudra qu'elle ait rapidement l'impression de passer à côté de quelque chose d'important. Si un abonné a cette sensation, son instinct lui fera cliquer immédiatement sur l'email avant d'envisager de le supprimer.

La curiosité est une particularité typiquement humaine très puissante que vous devez utiliser pour obliger à passer les deux étapes fatidiques : ouvrir l'email et lire l'email en entier.

L'autre caractéristique, qu'il est indispensable de comprendre est l'utilisation du « moi ». Vos abonnés voudront répondre à une question très importante lorsqu'ils liront votre email. Cette question est la suivante « qu'est-ce que cela va m'apporter ? », le mot clé est « moi ».

Pour bien comprendre les différents points énoncés ci-dessus, je vais prendre un exemple concret. Disons que vous vendez sur Internet un ebook concernant les réductions d'impôts. Quel genre d'objet allez-vous écrire ?

« C'est votre jour de chance ! Apprenez comment économiser de l'*agent* sur vos impôts dès aujourd'hui. Une offre spéciale de 10 € est incluse ».

Si on devait analyser cet objet, on pourrait constater qu'il y a différents éléments qui nuisent à son efficacité.

- Cet objet est beaucoup trop long et les personnes ne liront pas la suite puisque le mot clé « impôt » arrive trop tard dans la phrase.
- Il y a une faute d'orthographe, votre email pourra être interprété comme un SPAM.
- Cet objet n'a pas un réel impact sur le destinataire et cela est dû essentiellement à sa longueur puisque la personne sera de moins en moins attentive.

Résultat : Cet objet risque d'envoyer l'email tout droit vers la corbeille au lieu d'être ouvert et lu.

En partant de ce constat, quel pourrait être un bon objet ?

« Allègement de vos impôts + une offre spéciale de 10 € »

Je ne sais pas pour vous, mais une personne qui me propose de payer moins d'impôt et qui m'offre un bonus en prime attire immédiatement mon attention.

Analysons cet objet :

- La première partie « allègement de vos impôts » répond à la question « qu'est-ce que cela m'apporte ? » qui est le fait de payer moins d'impôts. Le mot « vos » permet de s'adresser directement à la personne qui se sent impliquée.
- La deuxième partie est « le petit plus » pour inciter les personnes à cliquer sur votre email, car dès qu'on peut bénéficier d'une réduction, on saute dessus.

- Le dernier point est le fait que cet objet est très court d'où un meilleur impact avec des mots forts « allégement », « offre spéciale ».

Si on compare ces deux exemples, vous dites exactement la même chose, mais le premier ne sera pas efficace, alors que le second vous permettra, au moins, de passer la première étape avec succès : l'ouverture de votre email.

Voici d'autres variantes utilisables dans notre exemple :

« Comment payer moins d'impôts et gagner 10 € immédiatement ? »

« Payez moins d'impôts, gagnez 10 € aujourd'hui ! »

« Pour payer moins d'impôts, je vous offre 10 € ! »

Pour réussir votre objet, voici quelques caractéristiques essentielles :

- **Bref...** et le plus court sera le mieux.
- **Direct.** Utilisez le mot qui a le plus d'impact en premier.
- **Poser une question** que la personne souhaite connaître la réponse.
- **Éveiller la curiosité** de la personne. Le plus simple est d'employer le mot « découvrez ».
- **Être dans l'actualité.** Dans l'exemple ci-dessus, l'email peut être envoyé pendant la période des déclarations fiscales afin que les personnes soient encore plus réceptives.

Un sujet qui intéresse vos abonnés + un objet qui attire l'attention = un taux d'ouverture de vos emails élevé.

Rédiger le corps de votre email

L'objet de votre email est un élément essentiel comme nous avons pu le constater, c'est lui qui amènera le destinataire à ouvrir ou non votre courriel.

Cependant, le but du corps d'un email est de convaincre la personne de prendre les mesures que vous suggérez ; ce qui signifie :

- Acheter un produit.
- Télécharger un produit.
- Visiter un site.
- Répondre à un sondage.
- ...

Il faut savoir que lorsqu'une personne ouvre un email, elle le lira rarement en entier, mot par mot, dès la première fois. Elle va le survoler afin d'avoir une idée globale de son contenu.

Si elle a trouvé votre email intéressant, et à cette seule condition, elle prendra le temps de le lire en détail.

Dans le cas contraire :

- Si elle est curieuse, elle cliquera sur le lien présent dans votre email, ce qui n'est finalement pas une mauvaise chose.
- S'il n'y a pas de lien et que votre contenu ne l'a pas accroché, elle supprimera votre email.

Pour éviter que cela vous arrive, voici quelques astuces.

Votre email doit être assez court

Je reçois, de temps en temps, des emails qui sont tellement longs que je suis déjà démoralisé avant même d'avoir commencé la lecture. C'est encore plus vrai lorsqu'ils sont composés de gros blocs.

Si votre objectif est de faire cliquer votre abonné sur un lien, cela ne sert à rien d'ajouter 3 longs paragraphes avant, car il risque de ne même pas voir votre lien et supprimera votre email.

Au contraire, vous devez l'inciter à cliquer sur le lien. Pour cela vous pouvez indiquer le principal avantage qu'il obtiendrait s'il décidait de suivre votre lien.

Par exemple :

Bonjour [prénom]

Je viens à l'instant d'ajouter une nouvelle vidéo sur mon blog :

[lien vers la vidéo]

Vous découvrirez la méthode que j'ai utilisée pour...

Je vous redonne le lien :

[lien vers la vidéo]

N'hésitez pas à me laisser un commentaire.

Cordialement,

[votre prénom]

Je n'ai pas tourné autour du pot, je suis allé à l'essentiel. D'ailleurs, la personne ne peut pas louper le lien puisque je l'ai répété en ajoutant une incitation à cliquer :

- La première fois, c'est en utilisant les termes « nouvelle » et « blog ». Les personnes apprécient les nouveautés, c'est indéniable et le mot « blog » renvoie au mot « gratuit » ou « sans engagement ».

- La seconde fois, j'indique le résultat que j'ai pu obtenir en appliquant la méthode dévoilée dans la vidéo. Plus le résultat est important et plus cela incite la personne à vouloir en savoir plus.

Toutes vos phrases doivent être courtes et simples

Ne vous lancez pas dans des phrases sans fin, compliquées et qui, au final, si elles sont mal structurées, risquent d'être incompréhensibles. Le plus simple est d'écrire une phrase par idée et par paragraphe.

Cela permet d'avoir un texte aéré ce qui facilite grandement la lecture de votre email. Si votre email est agréable à l'œil, vos abonnés prendront certainement plus de temps pour le lire et c'est justement l'objectif que vous devez atteindre.

Évitez l'utilisation des majuscules

Les lettres capitales dans un email équivalent, par exemple, au marchand de poisson sur un marché qui parle très fort voire qui hurle, pour vendre son poisson. Cependant, les personnes apprécient rarement cela et dans un email, le résultat est identique : c'est inefficace.

La principale raison vient du fait qu'il est plus difficile de lire un texte en majuscule qu'en minuscule.

Pour vous convaincre, voici un exemple :

LA PRINCIPALE RAISON VIENT DU FAIT QU'IL EST PLUS DIFFICILE DE LIRE UN TEXTE EN MAJUSCULE QU'EN MINUSCULE.

Les minuscules, quant à elles, permettent une lecture bien plus fluide...

Utilisez les points d'exclamation avec parcimonie.

L'utilisation du point d'exclamation permet d'attirer l'attention de la personne sur un élément important. Cependant, certaines personnes ont tendance à avoir la main lourde et elles terminent soit toutes les phrases par un point d'exclamation soit, elles ajoutent plusieurs points d'exclamations à la fin de la phrase !!!!

Ce procédé est totalement inutile et d'ailleurs, si toutes les phrases ou presque ont un point d'exclamation, comment feront vos lecteurs pour comprendre que cette phrase est plus importante que l'autre. Finalement, à vouloir donner plus d'impact à votre texte, vous réussirez à faire tout le contraire.

Utilisez les listes à puces

Il n'y a rien de plus efficace qu'une liste à puce pour repérer rapidement les éléments importants.

Je vous ai indiqué que votre abonné survolerait votre email avant de le lire mot à mot. Il y a de grandes chances pour qu'il repère votre liste à puce et qu'il prenne la décision ensuite de lire le reste de votre email.

Apporter une attention toute particulière à cet élément vous permet, sans trop d'efforts, de retenir son attention et de lui donner envie de lire l'intégralité de votre email.

Faites attention à l'orthographe et la grammaire de vos emails

Certaines personnes peuvent juger de votre professionnalisme aux nombres de fautes que vous faites dans vos écrits. Un email rempli de fautes d'orthographe discrédite son contenu et si la personne se concentre plus sur vos fautes que sur votre texte, il sera difficile d'obtenir le résultat escompté.

Sans oublier que les fautes ne crée aucune confiance surtout si vous débutez sur Internet et que vous n'avez pas encore eu le temps de faire vos preuves.

Inciter au passage à l'action !

Gardez à l'esprit votre objectif... gardez à l'esprit votre objectif... gardez à l'esprit votre objectif...

Je pourrai l'écrire encore de nombreuses fois, car il ne faut jamais oublier le plus important. Dans le cas du marketing par email, cela peut être le fait de contacter vos abonnés :

- Pour vendre votre nouveau produit
- Pour les rediriger vers un site
- Ou tout simplement garder le contact en partageant des informations.

Le troisième cas est à part, mais pour les deux précédents, il y a un élément très important, **le lien ou les liens présents dans l'email**. Si votre abonné décide de cliquer, alors vous avez atteint votre objectif, dans le cas contraire...

Le problème c'est que vous pouvez être distrait par autre chose. Cela peut être le fait de vouloir créer un email le plus clair avec des phrases courtes, sans trop de points d'exclamation...

Même si ce sont des choses importantes, vous devez toujours garder à l'esprit votre objectif : faire en sorte que les personnes fassent ce que vous attendez d'elles.

Parfois, le problème peut se résumer en un seul mot : la procrastination. On a toujours tendance à essayer de trouver une excuse, plus ou moins valable, pour remettre à demain ce qu'on peut faire le jour même.

C'est un élément très important à considérer puisque si vous envoyez un email présentant votre nouveau produit et qu'il n'y a aucun élément qui pousse la personne à se rendre immédiatement sur

votre site, elle le mettra de côté en se disant « *je regarderai cela demain la tête reposée...* ».

Le problème c'est que le lendemain, cette personne se dira certainement la même chose et ainsi de suite. Votre email atterrira finalement dans la corbeille lorsqu'elle décidera de faire du tri dans tous ses courriels en attente.

Ce serait intéressant, s'il existait une formule éprouvée pour que vos abonnés passent à l'action immédiatement afin qu'ils achètent ce que vous voulez vendre ou téléchargent ce que vous leur donnez.

Une solution, assez simple, consiste à être plus catégorique. Je ne vous suggère pas d'utiliser à outrance les points d'exclamation ou des phrases entières en lettres majuscules. Non, je vous suggère plutôt, lorsque vous écrivez votre email, d'utiliser des puces qui inciteront vos abonnés à prendre des mesures de manière immédiate.

Par exemple :

- Seulement pour un temps limité !

Cette puce n'est absolument pas efficace, alors que :

- Cette offre expire aujourd'hui à minuit !

Cela sera beaucoup plus efficace, car elle donne un délai précis pour agir.

Prenons un deuxième exemple :

- Cette offre est limitée !

Là encore, ce n'est pas très efficace.

- Cette offre est limitée aux 50 premières commandes !

Pour être sûres de bénéficier de cette offre, les personnes n'attendront pas le lendemain, car elles auront peur de manquer cette opportunité.

Le but de cette technique est de fournir aux abonnés de votre liste une bonne raison d'agir et de prendre des mesures immédiatement.

ATTENTION : à ce stade, votre objectif consiste à faire cliquer votre abonné sur le lien présent dans votre email. Par conséquent, faites très attention que ce lien ne soit pas brisé.

C'est la raison pour laquelle il est important de toujours tester l'email avant de l'envoyer. Cela permet de savoir si la mise en forme est correcte et si les liens sont opérationnels.

Un dernier mot :

Gardez à l'esprit votre objectif... gardez à l'esprit votre objectif... gardez à l'esprit votre objectif...

Comment écrire un Postscriptum ?

Il y a plusieurs sections dans un email. Il y a tout d'abord la ligne de l'expéditeur. C'est là que votre nom ou le nom de votre société apparait et permet d'indiquer à votre abonné qui lui envoie l'email.

Ensuite, il y a l'objet qui est une partie importante, mais malheureusement nous sommes très limités en nombre de caractères. Ces quelques mots détermineront l'ouverture ou non de votre email. Puis vient le corps de votre message électronique qui vous permettra de faire agir vos abonnés.

Dans ce chapitre, je souhaite souligner la dernière partie de votre email qui est souvent négligée.

Le premier élément est votre signature. Vous pouvez utiliser votre nom, celui de votre société, un lien vers votre site ou rappeler le lien vers le produit ou le service que vous vendez, ou même proposer un cadeau.

Vient ensuite votre dernière occasion de faire passer votre message afin que votre abonné achète ou télécharge votre produit, c'est le postscriptum.

Si on devait comparer un postscriptum d'un email à une conversion téléphonique, ce serait :

Au revoir (signature), n'oublie pas la réunion de demain (Postscriptum).

En général, vous utilisez le postscriptum pour rappeler à la personne l'avantage ou les avantages de votre produit en seulement une ou deux lignes au maximum. On peut considérer cet élément comme un dernier appât qu'on tend à l'abonné pour qu'il morde à l'hameçon.

Par exemple :

PS. N'oubliez pas que ce produit vous permettra d'économiser du temps ET de l'argent. (Et indiquer l'URL de la page de vente une fois de plus.)

Un autre exemple serait :

PS. N'oubliez pas que cette offre se termine demain à minuit. (Et encore une fois, donner l'URL de la page de vente.)

Un dernier exemple serait :

PS. N'attendez plus ! Cette offre est limitée aux 50 premiers inscrits.

L'utilisation de cette technique de vente comme appât est plutôt simple, mais très efficace. Quand je dis « appât » (un mot que je n'apprécie pas vraiment), je fais référence à une dernière incitation pour que votre abonné passe à l'action ou bien à un teaser comme au cinéma.

Voici un autre exemple :

PS. Ne manquez pas mon prochain email, il y aura une offre qui vous étonnera !

PS. Demain je vous dévoilerais mes astuces pour vendre encore plus d'ebooks, surveillez bien votre boîte de réception...

Un autre exemple utilisé comme « appât » :

PS. Vous ne voulez pas manquer cette opportunité de découvrir la méthode que j'ai utilisée pour tripler mes ventes en quelques semaines !

Vendre un produit à vos abonnés – dès le premier email ?

Vous venez de terminer un produit et vous souhaitez tout naturellement informer vos abonnés de sa sortie. Cependant, est-ce la bonne méthode à appliquer ? Pratiquement tout le monde fait ainsi, mais afin de réaliser le maximum de ventes, il est important de pré vendre votre produit. L'email indiquant la page de vente pour acheter le produit ne vient que plus tard.

Prenons un exemple. Une personne vient de s'inscrire sur votre liste pour télécharger votre produit gratuit. Quelques heures plus tard, elle reçoit un email présentant votre produit payant.

Que va-t-elle faire ? Acheter votre produit ou mettre de côté votre email pour l'examiner plus tard ?

Dans la plupart des cas, elle choisira la deuxième solution et en général, votre email finira dans la corbeille sans être lu une seconde fois.

Pourquoi ?

- La personne ne vous connaît pas encore et préfère prendre le temps de se faire une opinion sur vous en recherchant, par exemple, des avis d'anciens acheteurs.
- Elle n'a peut-être pas encore regardé votre cadeau et ne connaît pas la qualité de ce que vous proposez.

L'importance de la prévente.

L'objectif est de transmettre à vos abonnés que quelque chose est sur le point d'arriver... quelque chose de bon... quelque chose d'excitant.

Je vous ai dit qu'il était intéressant d'éveiller la curiosité dans le sujet de votre email et bien là, c'est la même chose, mais vous avez un email entier pour le faire et pas seulement 50 caractères.

À la fin, la personne doit se dire : **je veux ce produit !**

Le but est d'annoncer et de prôner les vertus d'un produit ou d'un service qui n'est pas encore disponible sur le marché. Vous pouvez ainsi montrer à vos abonnés les avantages qu'ils obtiendraient en l'ayant.

L'impact de cette stratégie sur vos ventes peut être très important puisque lorsque vous enverrez l'email indiquant que le produit est disponible à telle adresse, vos abonnés se précipiteront sur leurs cartes de crédit, car ils l'attendaient et savent déjà qu'ils ont besoin de votre produit.

Ce type d'emails est assez court puisqu'il doit garder en haleine vos abonnés jusqu'à la sortie « officielle » du produit. Si vous expliquez tout dans les détails, il n'y aura plus aucune surprise.

Pour mieux comprendre, il suffit de regarder ce que fait l'industrie du cinéma. Le produit final est le film et l'email de prévente peut être assimilé aux bandes-annonces ou mieux encore, à un teaser qui en 30 secondes donne les meilleurs moments du film, ceux où l'intensité est à son maximum.

C'est la même chose pour votre produit, vous devez indiquer les avantages obtenus, les points forts.

Par conséquent, votre email sera assez court, tout comme vos phrases et vos paragraphes. Plus c'est court et plus l'abonné aura de questions sans réponses. C'est le meilleur moyen de retenir son attention.

Je tiens à préciser que vous n'êtes pas limité à l'envoi d'un seul email de prévente à votre liste. Vous pouvez en envoyer plusieurs si vous voulez et d'ailleurs, pour gagner en efficacité, vous devrez

probablement le faire. La répétition d'un même message est une technique de vente éprouvée.

Une stratégie de prévente

Votre premier message peut annoncer la sortie prochaine d'un nouveau produit inédit sur le marché qui permettra à vos abonnés de résoudre tel ou tel problème.

Votre deuxième message, quelques jours plus tard, peut annoncer que l'arrivée de ce nouveau produit est éminente. Vous pouvez même proposer à vos abonnés de s'inscrire à une liste qui les préviendra quelques heures avant tout le monde de la sortie de votre produit. La personne pourra ainsi être sûre de l'obtenir. Cette méthode est excellente si vous avez l'intention de limiter le nombre d'exemplaires de votre produit.

Normalement à ce stade, vous recevrez des emails de personnes vous posant de nombreuses questions. Vous pourrez commencer à y répondre à travers un troisième email, en faisant tout de même attention à ne pas trop entrer dans les détails.

Il ne vous restera plus qu'à envoyer un dernier email pour prévenir de la sortie officielle du produit avec le lien vers la page de vente.

PARTIE 3

**Un exemple d'email +
l'analyse**

Un exemple d'email

Envoyer un email pour prévenir ses abonnés que l'on vient d'ajouter un nouvel article ou une nouvelle vidéo sur son blog est à la portée de tous et vous pouvez obtenir un taux de réponse très important.

Cependant, lorsqu'il s'agit de vendre un produit, ce n'est plus la même histoire. C'est la raison pour laquelle je vous propose un exemple complet qui vous aidera lorsque viendra le moment de rédiger un email de promotion.

Sujet : [Prénom], une nouvelle technique de promotion à découvrir immédiatement

Bonjour [Prénom],

Savez-vous qu'il existe un moyen de garantir 20 à 30% de ventes supplémentaires par email envoyé à vos abonnés ?

Voulez-vous connaître la méthode ?

C'est très simple : il suffit d'assurer l'acheminement de vos messages !

La vérité est la suivante : il est de plus en plus difficile d'envoyer des emails directement dans la boîte de réception de vos abonnés à cause de tous les filtres antispam. Ce qui signifie qu'il faut faire très attention à ce que vous écrivez dans vos emails.

Un email contenant trop de mots comme « gratuit », « offert » ou « bonus » a plus de chance de finir directement dans les courriels indésirables de vos abonnés. Ils ont donc plus de chance d'être effacés avant d'être lus.

Les études prouvent qu'aujourd'hui 70 % voire 75 % des courriels sont bloqués par les filtres antispam. Vous avez plus de 50 % de votre chiffre d'affaires qui peut partir en fumée.

Bonne nouvelle...

J'ai testé différents formats d'emails au cours de ces derniers mois et j'ai finalement trouvé le jackpot ! J'obtiens maintenant

des taux de livraisons de 90 % avec une ouverture des emails de 64 %.

J'ai récemment envoyé la même promotion à deux groupes. Même cible, même nombre d'abonnés. La première promotion a été envoyée par email... l'autre a été envoyée sous forme d'ebook gratuit à télécharger. Le PDF a eu trois fois plus de réponses !

Voici exactement comment j'ai fait [prénom] :

Premièrement, j'ai créé un rapport spécial ou un article et je l'ai converti au format PDF pour qu'il soit téléchargeable depuis mon site Internet.

Puis j'ai envoyé un court email à ma liste en indiquant qu'ils pouvaient télécharger ce fichier gratuitement.

De cette manière, j'ai une liberté totale pour dire ce que je veux dans le contenu de ce PDF sans jamais être inquiété par les filtres antispam.

Voici un exemple...

Disons que je trouve un produit intéressant qui aide les personnes qui cherchent une nouvelle manière d'augmenter leurs ventes sur eBay. Voici ce que je fais.

J'achète avant tout le produit pour vérifier si c'est un bon produit.

Puis je vérifie la page de vente pour m'assurer qu'elle convertira les visiteurs en acheteurs.

Alors, voici la partie importante, je crée un rapport au format PDF pouvant être intitulé comme :

« Comment un vendeur a généré 6392,92 € sur eBay en un seul week-end ? Découvrez son secret ! »

Est-ce que beaucoup de mes lecteurs téléchargeront ce rapport ? Bien sûr !

Et voici le meilleur...

Une fois que le rapport est téléchargé, c'est une source de revenus pendant plusieurs mois. À la différence d'un email, qui lui, sera supprimé aussitôt lu. Mon rapport restera sur l'ordinateur de la personne qui pourra le lire n'importe quand, même le diffuser.

Et avec mes liens d'affiliations présents dans le rapport, si la personne décide d'acheter un produit, je touche des commissions même plusieurs mois après l'avoir diffusé.

C'est une technique très efficace qui vous permettra d'obtenir

des résultats incroyables.

Et si vous ne savez pas comment créer ces rapports, **vous avez de la chance !**

Pendant les prochaines 24 h, je vous propose également une série de vidéos qui vous montreront point par point comment créer des PDF à partir de n'importe quel texte GRATUITEMENT.

Ironie du sort, le logiciel officiel pour créer des PDF se vend entre 200 et 300 €, mais je vous montrerai tout le processus de création sans dépenser le moindre centime ainsi.

Si vous souhaitez réellement tirer profit des techniques offertes dans ces vidéos..., n'attendez pas plus longtemps parce que passé ce délai de 24 h, l'offre sera retirée de mon site.

[Cliquez ici pour voir le détail des vidéos](#)

Bon succès avec cette nouvelle technique de promotion.

Votre nom ici

PS : J'ai oublié de mentionner qu'il n'y aura que **50 copies** de cette collection de vidéos.

PPS : Vous ai-je dit que vous obtiendriez aussi **les droits de revente** pour cette collection de vidéos ?

[Obtenez votre collection de vidéos ici avant qu'il ne soit trop tard.](#)

Note : je n'envoie jamais d'email non sollicité. Vous recevez cet email, car vous avez souscrit à l'une de mes newsletters par l'intermédiaire de l'un de mes sites.

Cliquez sur le lien ci-dessous pour vous désinscrire:

Analyse de cet email

Il est maintenant temps d'analyser cet email pour que vous puissiez comprendre les différents éléments qui le composent. Ceci vous aidera dans la rédaction de vos prochains emails de promotion.

- J'ai envoyé un message ciblé à une liste ciblée.
- J'ai présenté un problème majeur que nous avons tous avec les emails... réussir à les faire lire à ses abonnés.
- J'ai présenté une solution à ce problème : créer des documents PDF.
- J'ai fourni les preuves que cette solution fonctionne : une augmentation du taux de clic.
- J'ai offert à mes lecteurs un produit de qualité : les vidéos.
- J'ai offert un avantage pour les personnes qui achètent mon produit : économiser 300 € comparé au logiciel de création de PDF d'Adobe.
- J'ai limité mon offre : seulement 50 packs de vidéos peuvent être vendus durant 24 h.
- Je leur ai donné une raison supplémentaire de l'acheter : les droits de revente sur le pack de vidéos.

C'est vraiment un système très puissant. Une fois que vous avez créé votre liste et que vous avez appris à écrire de façon convaincante et en ajoutant un peu de créativité, vous verrez vos ventes augmenter très rapidement.

L'élément manquant

Maintenant un petit jeu !

Quel est l'ingrédient le plus important dans cette promotion et qui permettra de réaliser de nombreuses ventes ?

Tous les éléments dont nous avons parlé comme :

- Un marché ciblé,
- Un problème important,
- Une solution à ce problème,
- Une preuve que cette solution fonctionne,
- Un produit de qualité,
- Un avantage pour les personnes qui achètent aujourd'hui,
- Une date limite pour agir,
- Une raison supplémentaire pour acheter.

Tous ces éléments peuvent contribuer au succès de cette promotion, mais il reste un autre facteur déterminant : la confiance de vos abonnés.

Vous pouvez rédiger le meilleur email, mais si vos abonnés n'ont pas confiance en vous, il sera difficile de les convaincre de vous lire.

Pour que vos abonnés vous fassent confiance, il n'y a pas de mystère, vous devez proposer du contenu de qualité et respecter les règles d'or décrites dans la première partie.

Lorsque vos abonnés auront confiance en vous, ce sera beaucoup plus simple de gagner de l'argent.

Quelques exemples supplémentaires

L'exemple précédent est très complet d'où sa longueur assez importante. Le but était de vous donner toutes les parties (problème des abonnés – solution – avantage...) que peut composer un email.

Les exemples que vous allez découvrir sont plus concis et peuvent vous servir de bases pour rédiger les vôtres.

Exemple # 1 : Lorsque vous vendez votre propre produit

Sujet : [prénom], comment obtenir votre propre produit à vendre...

Bonjour [prénom],

La popularité d'AdSense ne cesse de croître, tout particulièrement ces dernières années. Pourquoi d'après vous ?

De plus en plus de personnes ont publié de nombreux sites dans l'espoir d'encaisser des chèques AdSense à la fin du mois.

Les effets secondaires ? La concurrence sur certains marchés est très importante et seules les personnes qui connaissent les bonnes techniques peuvent tirer leur épingle du jeu.

C'est la raison pour laquelle j'ai finalement décidé de publier un tout nouveau guide pour les personnes qui souhaitent gagner de l'argent avec AdSense. Vous découvrirez les stratégies qui me permettent de gagner plus de 2 000 € par mois !

Vous trouverez tous les détails ici :

[Insérer votre lien](#)

Ce n'est pas tout puisque vous pourrez obtenir, par la même occasion, les droits de revente de cet ebook inédit !

Avec les droits de revente, vous pouvez :

- L'utiliser pour votre usage personnel
- Revendre l'ebook et garder tous les bénéfices
- L'utiliser comme un bonus pour un produit que vous vendez déjà sur Internet
- L'ajouter dans un espace membre
- Le vendre dans un pack avec d'autres produits
- Et tellement plus encore...
-

Cliquez ici pour obtenir tous les détails :

[Insérer votre lien](#)

Cordialement,

VOTRE NOM

PS : Attention, 50 copies seront mises en vente, pas une de plus. Ensuite, cette offre sera définitivement retirée du marché. La raison pour laquelle je limite le nombre de copies, c'est parce que je veux donner à tous les revendeurs une chance d'encaisser d'importants bénéfices grâce à ce marché.

[Insérer votre lien](#)

Exemple # 2 : Lorsque vous réalisez la promotion d'un produit d'une autre personne

Sujet : [prénom], utilisez Wordpress pour bâtir votre empire Adsense...

Bonjour [prénom],

Si vous êtes à la recherche d'une méthode simple pour gagner de l'argent avec Adsense alors ce nouvel ebook inédit [titre de l'ebook], va vous intéresser fortement.

J'ai pu discuter en personne avec [l'auteur du produit] et il m'a expliqué la stratégie qu'il a mise en place pour gagner chaque mois plus de 2 000 €. La bonne nouvelle, c'est qu'il vous explique tout dans son dernier ebook [titre de l'ebook].

Vous pouvez dès maintenant télécharger gratuitement deux chapitres tirés de son guide étape par étape afin de bâtir votre empire Adsense en utilisant Wordpress.

Vous pouvez le télécharger ici :

[Insérer votre lien](#)

Vous découvrirez également les réponses de cet expert sur les 5 questions les plus populaires concernant la possibilité de générer des revenus avec AdSense en utilisant Wordpress.

OFFRE SPECIALE

J'ai convaincu [nom de l'auteur] de vous offrir un rabais spécial de 20 % si vous achetez son ebook aujourd'hui.

Alors dépêchez-vous afin d'être sûr d'obtenir votre copie à moins 20 % :

[Insérer votre lien](#)

Cordialement,

VOTRE NOM

PS : Avant que j'oublie, cette remise est disponible seulement pour les 25 premières commandes ! Agissez maintenant :

[Insérer votre lien](#)

Exemple # 3 : Lorsque vous offrez un cadeau

Sujet : [prénom], téléchargez vos cadeaux maintenant !

Bonjour [prénom],

Vous savez très bien qu'il faut fournir d'importants efforts pour développer votre entreprise, qu'elle soit en ligne ou hors-ligne nécessite d'investir de l'argent.

Maintenant, si vous avez un faible budget ou que vous recherchez à bâtir votre entreprise avec de puissants outils et ressources, vous allez être intéressé par ce que j'ai à vous proposer.

Tous les détails ici :

[Insérer votre lien](#)

Durant les 5 prochains jours, vous aurez accès aux meilleures ressources disponibles sur le marché afin de développer votre business facilement et vous pouvez obtenir un accès instantané sans déboursier le moindre centime.

Soyez prêt à télécharger des ressources comme :

- Des ebooks avec les droits de revente voire les droits de label privé
- Des accès à des espaces membres
- Des logiciels
- Des vidéos
- Et tellement plus encore...

Obtenez tout cela maintenant :

[Insérer votre lien](#)

Profitez de votre nouvelle découverte !

Cordialement,

VOTRE NOM

PS : Cet événement se déroule durant seulement 5 jours donc si vous ne souhaitez pas louper l'occasion de télécharger gratuitement tous ces cadeaux agissez maintenant avant qu'il ne soit trop tard :

[Insérer votre lien](#)

Conclusion

L'argent est dans la liste !

Une impression de déjà vu ? Effectivement, j'ai commencé cet ebook avec cette phrase et je vais le terminer de la même manière.

Vous vous demandez peut-être la raison pour laquelle je vous répète cette phrase ?

Tout simplement parce qu'il ne faut jamais l'oublier. Plus vous aurez d'abonnés dans votre liste et plus vous gagnerez de l'argent. C'est surtout vrai depuis que vous venez de lire cet ebook puisque vous connaissez maintenant les techniques vous permettant d'améliorer l'impact de vos emails.

C'est essentiel puisqu'avoir une liste de 10 000 abonnés est très bien, mais si personne ne lit vos emails ce n'est pas très utile, n'est-ce pas ?

Pour finir, je vous redonne les 3 étapes qui vous aideront à développer votre business sur Internet en utilisant le marketing par email :

- **Créez votre liste dès maintenant !**
- **Réalisez des profits** en appliquant les conseils que vous venez de lire.
- **Réinvestissez l'argent pour obtenir de nouveaux abonnés** et améliorez vos connaissances en marketing Internet afin de tester de nouvelles stratégies.

Vous avez maintenant les bases nécessaires et essentielles au marketing par email. À vous de tester et de peaufiner toutes ces informations, n'ayez pas peur, car il vaut mieux perdre quelques abonnés en essayant quelque chose de nouveau que de les perdre à ne rien faire.

Un dernier conseil très sérieux

Qu'y a-t-il de plus important ? Connaître les informations présentes dans cet ebook ou bien connaître ces informations et les appliquer dès aujourd'hui ?

Il y a trop de personnes qui se plaignent de ne rien gagner sur Internet, mais le problème c'est qu'elles n'appliquent pas ou peu les conseils qui leur sont donnés.

Rien ne se fera tout seul.

Vous devez prendre le temps de tester les différents conseils présents dans cet ebook, c'est la seule manière d'améliorer progressivement vos statistiques :

- Ouverture de vos emails
- Clics sur votre lien

Le chemin vers le succès peut être plus ou moins long suivant le temps que vous y consacrerez, mais tout travail accompli sera un jour récompensé si vous persévérez.

Et n'oubliez pas : AGISSEZ et soyez CRÉATIF !

À votre succès,

Michel Morin