

STRUCTURE COMPLÈTE D'UNE PAGE DE VENTE

1. Phrase promesse : LE TITRE

Quel est le résultat principal ou le bénéfice clair que tu promets à tes clients ?

2. Phrase complémentaire : LE SOUS-TITRE

Quel sous-titre ajoute de la clarté, rassure ton prospect ou casse une objection immédiate ?

3. Douleur principale

Quelle est la frustration majeure que rencontre ton client et que ton offre résout directement ?

4. Douleur secondaire

Quel autre problème important ton produit ou service vient-il également soulager ?

5. Solution

Comment ton produit ou service répond-il concrètement à ces problèmes ?

6. Bénéfices de l'offre

Quels bénéfices concrets, visibles et mesurables ton client obtient-il grâce à ton offre ?

STRUCTURE COMPLÈTE

D'UNE PAGE DE VENTE (suite)

7. Témoignages / preuves

As-tu des témoignages ou résultats qui prouvent l'efficacité de ta solution ?

■ SUPER IMPORTANT POUR CONVERTIR !

8. Présentation de l'offre

Que contient exactement ton offre ?

(modules, séances, accompagnement, ressources, durée, livrables...)

9. Bonus & garanties

Quels bonus ou garanties proposes-tu pour rassurer les clients hésitants ?

10. Appel à l'action (CTA)

Quelle action précise veux-tu que ton client réalise ? (achat, inscription, prise de rendez-vous...) ⚠ Reste cohérent avec l'objectif de ta page !

11. FAQ

Quelles sont les questions ou objections fréquentes auxquelles tu peux répondre pour sécuriser le choix de ton prospect ?

