

**Comment Augmenter
Vos Profits ,
Sans Avoir Plus De TRAFIC !**

**Le Secret Pour Faire Des
Profits Exponentiels !**

Enfin DÉVOILÉ !

**Comment Augmenter Vos Profits,
Sans Avoir Plus De Trafic !**

**Le Secret Pour Faire Des Profits Exponentiels
, Enfin DÉVOILÉ !**

Mention Légale:

L'éditeur de ce rapport s'est efforcé d'être aussi précis et complets que possible dans sa rédaction mais ne peut garantir en aucun cas que son contenu soit exact à un moment quelconque étant donnée la nature fortement évolutive du marché sur Internet.

Bien que tout ait été mis en œuvre pour vérifier les informations fournies dans cette publication, l'éditeur ne peut être tenu pour responsable des erreurs ou omissions, ni pour toute interprétation abusive du sujet qui y est développé. Toute offense perçue comme telle vis-à-vis de personnes, de peuples ou d'organisations doit être comprise comme n'étant pas intentionnelle.

Dans les œuvres de conseils pratiques, comme dans toute autre œuvre, il n'existe aucune garantie de revenus. L'attention des lecteurs est attirée sur le fait qu'ils doivent s'en remettre à leur propre jugement sur leur situation personnelle et agir en conséquence.

Ce livre n'a pas pour vocation d'être utilisé en tant que source de conseils juridiques, comptables ou financiers, ni de source de conseils en matière d'activité commerciale, les lecteurs devront s'en référer sur ces points aux professionnels compétents.

Nous vous conseillons d'imprimer ce livre afin d'en faciliter la lecture.

Table des matières

Table des matières.....	3
C'est quoi le “Backend” ?.....	5
Pourquoi l'argent est dans le backend?.....	6
L'importance d'une Stratégie.....	8
Vos premiers pas avec votre Stratégie “Backend”.....	11
Pourquoi avez-vous besoin d'une stratégie marketing pour faire des ventes “Backend”?.....	14
Méthode de Marketing “Backend”.....	17
Les Produits “Backend”.....	19
Comment Avoir du Succès Avec vos offres “Backend”.....	22
L'Affilié et les Ventes “Backend”.....	24
L'Affilieur et le “Backend”.....	26
Les Ventes “Backend” et le Marketing par Email.....	28
Comment Doubler Vos Ventes Avec le “Backend” et “l'Upsell”.....	31
Comment Augmenter Vos Profits Rapidement et Sans Effort	36

Comment Augmenter Vos Profits , Sans Avoir Plus De Trafic !

**Le Secret Pour Faire Des Profits Exponentiels,
Enfin DÉVOILÉ !**

C'est quoi le “Backend” ?

Quel que soit le type d'entreprise que vous possédez , que votre entreprise soit en ligne ou hors ligne, le “backend” (les ventes qui suivent la vente initiale) est ce qui déterminent si vous allez faire un peu ou beaucoup de profit.

De nombreux propriétaires d'entreprises ne réalise pas l'importance de la revente à leurs clients. Ils se focalisent uniquement sur l'acquisition de nombreux nouveaux clients. Ils ne parviennent pas à comprendre comment le concept révolutionnaire de marketing “backend” fonctionne.

Nous devons garder à l'esprit que le “backend” est différent d'un “upsell”, et ne pas confondre les deux.

Les produits ou services que vous offrez à vos clients après la vente initiale sont appelés “backend”. Ces produits et services peuvent être vos propres produits ou ceux des autres, ce qui sera pour vous de la revente. Habituellement la première vente est suivies par des offres “backend” après un certain laps de temps.

D'autre part, les autres produits et services qui sont offerts aux clients tout en vendant quelque chose et avant que la vente est été réalisée est connu sous le nom de «upsell».

Pourquoi l'argent est dans le backend?

Les raisons pour lesquelles l'application du concept de base de votre entreprise peut assurer le profit illimité sont les suivantes:

Il n'y a pas de coût d'acquisition de nouveaux clients, comme vous vendez à des clients que vous avez déjà acquis.

Vos clients vous connaissent et ont confiance. Si vous avez correctement mis en place un climat de confiance entre vous et votre client, comme le montrent les statistiques, environ 35% de vos clients vous achèteront de nouveau.

Par exemple, supposons que vous vendez des produits.

Supposons que le prix de vente de votre produit initial (frontend) est de 97 euros, tandis que son prix de revient est de 30 euros. Vous exécutez une publicité pour 600 euros, qui vous apporte dix clients.

Votre bénéfice brut sera donc 670 euros (97 euros x 10 clients) - (30 euros X 10 clients), tandis que votre bénéfice net sera de 70 euros (670 euros bénéfice brut - 600 euros frais de pub) pour 10 clients.

Sans avoir appliqué le concept "backend", votre bénéfice net n'aurait été 70 euros pour 10 clients. Toutefois, si vous offrez à ces 10 clients avec le backend un autre produit ou service, qui est vendu pour 250 euros quelques jours plus tard, et que 30% de ces clients décide d'en bénéficier, vous ferez 750 euros (250 euros x 3 clients). Globalement, vous ferez un bénéfice de 820 euros.

Ceci est un exemple de la puissance du concept "backend".

Même si vous ne faites pas beaucoup de profit sur votre première vente, vous pouvez faire remonter vos profits avec le "backend".

Le concept backend peut vraiment vous aider à augmenter votre marge de profit de plusieurs crans. Continuer à fournir à vos clients existants des offres de produits, comme l'argent est vraiment dans le backend.

L'importance d'une Stratégie

Lorsque vous démarrez votre activité sur le Net à but lucratif, vous êtes susceptible de penser que vous avez besoin de créer de nombreux et divers produits pour les différents créneaux.

Mais vous verrez que vous avez besoin de prendre une approche qui est un levier pour vos listes de produits, lorsque quelqu'un achète un de ces produits vous le formez pour le prochain.

Supposons que votre produit porte sur «trouver la bonne niche». Ensuite, vous avez besoin de mettre au point une base de produit (vos produits ou ceux des autres) qui est lié à votre premier produit, qu'il s'agisse d'un accompagnement ou complémentaires.

Puis, lorsque le deuxième produit est prêt, vous l'annoncez à votre liste de clients existants, qui ont déjà fait l'achat de votre premier produit. Si ils ont aimé, ils sont très susceptibles d'acheter le nouveau produit, qui est de nature à répondre à leurs besoins.

En fait, le dicton, «l'argent est dans la liste" est souvent utilisé pour désigner les nombreux commerçants qui ont construit de vastes fortunes et fait plusieurs millions de dollars en vendant

des empires, pas des choses semblables à différents clients, mais des choses différentes à la même clientèle.

Vous avez besoin de faire plusieurs choses:

Tout d'abord, vous avez besoin de garder tous vos clients pour la vie. Même si 0,05 euros par clic peut vous procurer une vente, il est plus souhaitable, évidemment, de faire un profit de 1,000 euros au cours des années plutôt que d'une seule fois 47 euros de profit.

Vous devez également créer une stratégie efficace en arrière-plan pour demander à vos clients quel sont leurs besoin. Piquer leur curiosité sans laisser savoir que c'est tout simplement votre façon de créer vos produits.

Ce devrait être plutôt facile. Comme demandé leur avis en créant un sondage ou questionnaire et l'envoyer à votre liste pour obtenir beaucoup de renseignements sur ce que vos clients veulent.

Donner leur un cadeau en échange, vous aurez un meilleur taux de participation.

Et alors que vos produits sont en cours de création, vous continuer à fournir des questions et / ou des informations utiles à votre clientèle, de sorte qu'ils sentent que vous savez de quoi vous parlez.

Vous n'avez pas besoin de leurs envoyer constamment des offres de nouveaux produits. Une fois que leurs noms sont ajoutés à votre liste, commencé à envoyer quelques informations utiles gratuitement. Une fois qu'ils ont commencé à avoir un peu confiance en vous, et que vous avez prouvé que vous travaillez au mieux de leurs intérêts, ils vont acheter l'esprit tranquille de vous encore et encore.

Si vous avez acquis la confiance de votre clientèle, ils vous aideront à faire plus de profit au fil des ans. Vous avez simplement besoin de découvrir ce qu'ils veulent et de livrer les produits que vous créez pour eux.

Vos premiers pas avec votre Stratégie “Backend”

Une vente “backend” est ce que vous vendez votre après que vous avez vendu votre produit principal.

La construction d'une entreprise nécessite l'acquisition de nouveaux clients. Toutefois, c'est cher car des frais de publicité ou de temps sont consacrés à l'acquisition de nouveaux clients.

Selon une recherche du magazine Fortune, il est plus facile de vendre un produit à un vieux client qu'à un nouveau car les acheteurs ont toujours des appréhensions à leur premier achat.

Un vieux client veut croire ce que vous dites et cela facilite l'action d'achats d'autres produits de vous. Une fondation est créée sur la base duquel vous pouvez introduire de nouveaux produits au client. Cela renforce la valeur à vie de vos clients et apporte un meilleur rendement sur vos investissements marketing.

Bien que vous ayez la détermination de faire des ventes “backend”, n'oubliez pas de tenir compte de la compatibilité avec votre produit principal. Si vous sélectionnez un produit incompatible les clients auront le sentiment que vous manquez

d'expertise, ce qui peut nuire à la confiance du client dans votre produit principal également.

Si vous êtes indécis, vous pouvez toujours demander à vos clients leur opinion à l'égard de différents produits. Vos clients apprécieront le geste et votre étude vous apportera des informations précieuses.

La réalisation d'enquêtes

Si vous possédez une liste de clients, il est pratique de mener l'enquête par courrier, email ou par téléphone. Préparez un simple questionnaire et l'envoyer à vos clients. Si vous n'avez pas de liste de client vous pouvez toujours utilisez les forums.

Une autre façon de déterminer votre produit “backend” est de vérifier ce que vos concurrents font. Si vous avez la même cible clients, leur produit fonctionnera pour vous aussi.

Il est plus facile d'acquérir les droits de revente d'un autre produit que de repartir à zéro. Vous pouvez acquérir pleinement développé des produits à une fraction du prix de développement.

Donc, garder un contrôle sur les journaux locaux pour les annonces de faillite et pour des infoproduits et logiciels cherchez sur internet.

Conclusion ...

Pour vendre votre produit “backend” avec succès vous devez croire en vous-même. Si vous êtes ambivalent au sujet de votre produit, votre client le deviendra assez tôt aussi. Donc, un véritable amour pour votre produit est nécessaire afin de rendre votre entreprise couronnée de succès.

Pourquoi avez-vous besoin d'une stratégie marketing pour faire des ventes “Backend”?

Vous avez essayé tous les trucs marketings que vous connaissez, mais votre site de commerce électronique n'a pas le succès que vous attendiez.

C'est peut-être parce que vous avez négligé tout un volet de votre marketing, le “backend”. Dans le contexte actuel de coupe-gorge du monde des affaires, il est important de maximiser les profits avec le “backend” .

Voici quelques raisons pour lesquelles les ventes “backend” sont si importantes.

Premièrement et avant tout, il est beaucoup plus facile de vendre un produit à un vieux client que de convaincre un nouveau client. Selon les estimations de marketing, vos chances de succès sont huit fois plus élevé lorsque vous vendez à d'anciens clients.

C'est principalement parce que ces gens ont utilisé vos produits avant et savent comment ils sont bons. Ils sont capables de vous voir comme un fournisseur de produit et de service fiable, facile d'utilisation et qui comble leurs besoins.

Donc, pour réussir en affaires, vous devez prendre soin de vos anciens clients. Même que pour commercialiser un nouveau produit, il est préférable de commencer par ces clients les plus anciens car ils ne sont pas seulement plus susceptibles d'acheter votre produit.

Ils sont familiers avec votre marque, donc il sera également plus facile de recueillir leurs commentaires au sujet du produit et leurs demander de mettre leur témoignage sur votre site ,les témoignages de vos clients augmenteront aussi vos rendement avec les nouveaux clients ,ceux qui ne vous connaissent pas encore.

Aussi, en accordant une certaine préférence à vos clients les plus anciens (en leurs disant qu'ils sont les premier) contribue à bâtir la confiance. Grâce à cela, vous dites à vos clients plus anciens qu'ils sont privilégié, ce qui rebondira sur votre entreprise d'une manière positive.

Offrir un rabais à vos clients sur un produit est également connu pour être un très grand stratagème à succès qui est souvent utilisé par les gourous du marketing internet dans le monde entier. Ces réductions donner à votre produit donne une chance de rétablir le lien avec vos clients. Il permet également de relancer les clients inactifs, ce qui est beaucoup plus important que cela puisse paraître.

Vous devez comprendre les opportunités d'affaires qu'un client inactif vous offre. Ces clients, alors qu'ils pourraient ne pas acheter quoi que ce soit maintenant, ont en fait acheté et utilisé et apprécié votre produit avant, et ne sont en fait qu'à un appel téléphonique ou un e-mail de la reprise de leur relation d'affaires avec vous.

Si ce ne sont pas des assez grandes raisons pour vous faire comprendre l'importance et la valeur de base de marketing réussie, rien ne le sera jamais. Continuité et une promotion de long-terme des relations d'affaires fait partie intégrante du succès d'une entreprise.

Votre entreprise ne peut pas survivre avec un seul produit. Vous avez besoin de continuer à fournir à vos clients de nouvelles solutions et des avantages supplémentaires pour maintenir votre entreprise en plein essor.

Méthode de Marketing “Backend”

Si votre entreprise a besoin d'un boost , surtout si vous avez recours à l'ancienne méthode de l'élargissement de votre clientèle. Vous savez que ce n'est pas facile, et le plus souvent, vous devez dépenser pour faire plus de ventes, que se soit de votre argent ou de votre temps.

Une innovante et facile réponse à votre problème est la méthode de vente “backend”. C'est le truc que la plupart des vendeurs ont maîtrisé, et il s'agit de rien de plus qu'un peu de persuasion pour faire une autre vente à un client qui a déjà acheté votre produit.

C'est relativement facile pour un vendeur, car une fois que le client a acheté votre produit, il a montré qu'il croit en votre produit et a donc investi son argent. Cela montre aussi qu'il a confiance en vos services et ne sera pas hostile à l'achat de quelque chose recommandé par vous. Vous n'avez pas besoin de passer du temps à renforcer sa confiance en vous en apportant des preuves que votre entreprise dispose d'excellentes références.

Vous pouvez travailler sur la base de cette stratégie de marketing en proposant un produit qui aidera à la performance du produit que votre client a déjà acheté auprès de vous. La clé

d'un profit plus élevé est de recommander un produit qui a une meilleure performance que celle qui vient d'être acheté, et donc plus coûteux.

De même, si vous suivez cette simple mais efficace stratégie de marketing, vous pouvez facilement faire plus de profits et faire en sorte que vos clients estiment que leurs besoins sont satisfaits avec efficacité. Pendant ce temps votre base de clientèle est renforcée.

Vous pouvez offrir un rabais du prix de vente pour le deuxième produit. Les clients sentent qu'ils font une bonne affaire et ils l'achètent !

Autrement dit, cette tactique comporte rien de plus que ceux de la première vente d'un produit fiable à votre client et ensuite proposer quelque chose de plus cher encore utile et complémentaire au premier produit.

Les Produits “Backend”

La Clé de Votre Richesse à long terme

La plupart des entrepreneutes essaient de faire un super produit que tout le monde s'arrachera. Toutefois, ceux qui réussissent sur Internet ont recours à une autre méthode, un produit de base qui répond à un besoin précis et commercialiser une ligne de produits liés aux clients déjà existants.

Même si vous parvenez à trouver un «produit miracle» et que vous faites plusieurs ventes dès le lancement, il se vendra bien pendant une période de temps limitée. Vous pouvez avoir un millier de clients, dont chacun peut acheter votre produit au prix de 50 euros pièce et vous faire 50 000 euros. Toutefois, ce ne sera pas des profits illimités.

Vous pouvez conserver la promotion de votre produit miracle, mois après mois, mais il n'est pas certain que cela vous apportera des revenus supplémentaires au bout d'un certain temps.

Envisager d'avoir tout planifié et offrir à vos clients des produits backend! Même si une petite partie d'entre eux profite de vos offres, votre solde bancaire va déborder.

Supposons que vous vendez un e-book sur la façon de perdre du poids pour 50 euros. Les autres produits que vous pouvez vendre sur ce compte sont un manuel de coaching en ligne pour \$ 1500, musique d'inspiration pour 30 \$, une vidéo d'instruction de remise en forme pour 30 \$ et il peut y avoir beaucoup plus!

Vous avez juste besoin d'être créatif avec les idées et leur approche.

Vous réalisez que si vous pouvez construire une relation de confiance avec vos clients, et même si seulement 10% d'entre eux bénéficie de l'ensemble de vos autres offres, vous triplez vos revenus et au lieu d'un maigre 50,000 euros, vous gagnez 156,000 euros !

Vous pouvez également vous assurer des revenus supplémentaires en utilisant la continuité , qui fonctionne un peu comme un magazine d'abonnement.

Vous pouvez soit créer un site de membres avec un abonnement mensuel pour accéder à la section membre du site, ou un créer un logiciel qui les obligent payer chaque mois pour l'utiliser.

Dans le cas d'un produit physique, des services peuvent être offerts à la clientèle pour un certain prix à intervalles réguliers.

Par exemple, vous pouvez continuer à aider vos clients avec un approvisionnement régulier (ex:cartouche d'encre), où ils sont

sûr de manquer après un certain temps. Vous pouvez charger leurs cartes à moins qu'il ne demande d'annuler la commande.

Vous réalisez maintenant combien il est important d'obtenir de vos clients plus que la vente de votre produit base, ce qui vous permettra un flux constant de revenus. Il est toujours mieux d'avoir l'aide d'une série de produits "backend" et du marketing à vos clients existants, au lieu d'essayer d'élargir votre marché initiale pour vendre un produit qui a une durée de vie limitée dans le temps.

Comment Avoir du Succès Avec vos offres “Backend”

Le “Backend” doit être composé de services ou produits qui aide l'exécution de quelque chose déjà achetés par un client. Pour un golfeur, supposons, qui a récemment acheté un bon jeu de balles de golf, la recommandation d'un manuel qui fournit des conseils utiles pour un golfeur, est une assez bonne offre.

Il achète le manuel, vous augmentez vos profits. Le client a déjà acheté auprès de vous et a déjà investi de sa confiance et de l'argent dans vos produits. Par conséquent, vous n'avez pas besoin de passer beaucoup de temps sur la mise en place de votre offre.

Le produit principal que vous avez vendu devrait être d'une bonne qualité et respectable. Cela encouragera vos clients à croire en votre jugement. Suivi d'un service après-vente rapide. Cela établit votre bonne volonté et votre capacité à prendre soin de vos clients. Assurez-vous que votre produit “Backend” est liée au produit primaire et, si possible, donner à votre client une remise!

Voici une façon de mettre en marché vos produits “Backend”:

Configurer une séquence de messages sur votre autorépondeur.

- Commencer par remercier le client une fois que l'achat est fait.
- Ensuite, envoyer un message à votre client pour lui offrir de l'aide avec toutes difficultés qu'il pourrait rencontrer avec le produit initiale. Inclure le coupon rabais d'un autre produit ou service que votre client pourrait trouver utile.
- Continuer de tenir votre client informer des nouveautés en relation avec le sujet et inclure des offres pour d'autres produits

Si vous développez une ligne de vos propres produits, ce peut-être le moyen le plus facile d'augmenter vos profits. Suivi, avec un bon service après-vente. Vous pouvez également obtenir un partenariat avec une entreprise qui peut vous fournir des bons produits backend.

Essayez de vendre des produits ou des ebooks associés à votre marchandise. Si votre produit primaire fournit 20% de votre profit, une bonne stratégie de marketing “backend” peut apporter jusqu'à 80% de vos bénéfices.

L'Affilié et les Ventes “Backend”

Les programmes d'affiliation donnent des résultats profitables pour toutes les parties liées. Le marchand ainsi que l'affilié gagnent tout les deux en se séparant le profit. Le marchand dépense moins en publicité et l'affilié gagne une commission en référant un visiteur au site Web du commerçant. Cette mise en place fonctionne tout le temps une fois établi.

Cette situation est plus rentable si elle fait partie de votre backend. Cela signifie que votre investissement publicitaire est déjà amorti par la vente de votre produit et que toute autre vente sont 100% de profit.

Il est facile de proposer le produit de quelqu'un d'autre, si il est complémentaire par rapport à votre produit initial. Le niveau de confiance qui existe déjà entre le consommateur et vous rend ce dernier plus réceptif à vos recommandations.

Habituellement l'objectif est de faire réaliser au client son besoin pour d'autres produits connexes. Si le consommateur est conscient que ces marchandises lui faciliteront la vie, alors il va procéder à l'achat.

L'affiliation a augmenté le chiffre d'affaires de plusieurs entreprises. Et , de toute évidence, il a conduit à l'expansion de

nombreuses entreprises en ligne. Si l'on en fait bon usage il fonctionne parfaitement.

Tous les affiliés devraient se pencher sur la méthode de vente “Backend” et ainsi multiplier leurs sources de revenus.

Quand une bonne stratégie “Backend” est couplé avec de bons programmes d’affiliations, les résultats peuvent tout simplement devenir incroyables.

L'Affilieur et le “Backend”

Si vous réussissez à maîtriser l'art du backend , vous serez en mesure de lutter contre l'affaïssement des ventes une fois pour toutes. Les techniques et les méthodes qui sont souvent enseignées en référence au backend ont été sous-utilisées, compte tenu de la vision restreinte de certains professionnels du marketing.

Avez-vous un programme d'affiliation pour votre produit ?

C'est la puissance de base du marketing qui pourrait augmenter votre revenu en quelques jours, mais la plupart des commerçants ne comprennent pas le potentiel de cette technique. Cela est prouvé par le fait que la plupart des programmes d'affiliation paie moins de 30% de commission sur leurs produits ou services.

80% de votre bénéfice net peut être dérivé de vos produits backend.

Voici comment

Vous mettez en vente vos biens manufacturés pour 50 euros et vous offrez 25% de commission. Vous disposez de cinq associés qui ont fait chacun dix ventes.

Vous gagnez 1 875 euros après avoir payé leurs frais. Par conséquent vous avez cinquante clients. Si 10% d'entre eux achètent aussi votre première offre "Backend" à 100 euros vous faites un bénéfice de 500 euros supplémentaires, votre bénéfice sera de 2 375 euros.

Si vous offrez 50% de commission à vos affiliés vous obtiendrez plus d'affiliés. Prenons par exemple que vous doublez le nombre d'affiliés, vous avez donc dix associés qui font dix ventes chacun.

Vous gagnez 2 500 euros après avoir payé leurs frais. Par conséquent vous avez cent clients. Si 10% d'entre eux achètent aussi votre première offre "Backend" à 100 euros vous faites un bénéfice de 1 000 euros supplémentaires, votre bénéfice sera de 3 500 euros.

Même en donnant 25% de plus en commission, vous faites plus de profits. Et vous avez tendance à acquérir plus d'affiliées car le pourcentage de la commission qu'ils obtiennent est plus élevé. Le plus grand est le nombre de clients qu'ils envoient à votre site Web, plus vous bénéficiez!

Donc, vous avez plus d'abonnés, plus de sociétés affiliées et plus de clients. Cela fonctionne comme une machine à faire de l'argent !

Les Ventes “Backend” et le Marketing par Email

Vous avez lancé votre site de commerce électronique et vous arrivez à l'étape de vos initiatives marketing afin d'élargir la base avec plus de nouveaux clients possible.

Maintenant, s'il est effectivement souhaitable de maintenir un affût de nouvelles possibilités de récupérer les clients, vous devez prendre garde à ne pas perdre vos anciens clients qui ont effectivement exprimé leur confiance en vous et en votre produit en l'achetant. Avec le marketing par email, vous pouvez assurer des ventes successives sans trop de nouveaux investissements en publicité.

Mais vous vous demandez, comment peut-on s'attendre à ce que le marketing par e-mail soit efficace, étant donné que des emails non sollicités se retrouvent à la corbeille ? La réponse simple est-ce que l'on appelle “opt-in” dans le jargon marketing. Dans cette variante de l'e-mail marketing, la personne vous donne la permission de lui envoyer des e-mails publicitaires.

Une façon simple d'obtenir cette permission pour votre site Web est d'offrir une sorte de cadeaux. Les ebooks sont connus pour

être populaires. Mais il est souhaitable de donner quelque chose qui est liée et pertinent à votre site de commerce électronique.

Vous pouvez offrir un de vos produits moins chers, qui ne serait pas seulement plus appréciée, mais aussi une sorte de promotion de votre marque.

Une chose à garder à l'esprit est que vous devez renoncer à l'envoi de publicité directe de produits comme beaucoup de gens n'apprécie pas la publicité. Ce que vous devez faire est de développer l'intérêt du prospect en donnant quelques informations sur votre produit. Vous devez développer une séquence d'email qui peuvent être envoyés aux clients.

Vous devez préparer suffisamment de matière pour 7 jours avant la publicité de sorte que vous ne laissez pas le client vous oublier, tandis que dans le même temps, en donnant des informations de qualité vous développez une relation. Pensez également à utiliser un service d'autorépondeur au cas où vous avez une très longue liste de diffusion.

L'Autorépondeur réduit également les chances que vous soyez poursuivi pour le spamming. Les autorépondeurs payants sont connus pour être plus efficaces que ceux qui sont gratuits, et ne comporte aucune publicité dans les messages que vous envoyez à votre liste , comme c'est le cas avec un service gratuit.

Alors, le cœur du problème est que dans votre précipitation à obtenir plus, de nouveaux clients vous ne devriez jamais négliger vos anciens clients. Si vous avez un produit fiable, utile, ce sont ces clients les plus anciens qui vous apporteront des gains de plus, comme ils ont testé votre produit et sont satisfaits.

Comment Doubler Vos Ventes Avec le “Backend” et “l'Upsell”

Avec le “Backend”, les personnes qui ont précédemment achetés auprès de vous ou ont utilisé vos services répètent l'acte d'achat , il est également important de promouvoir d'autres produits (les votre ou ceux des autres) pour pouvoir faire d'autres ventes.

Quand la vente se produit, quand un client retourne à vous , il revient non seulement pour ce produit , mais peut-être aussi pour des produits futurs , donc effectivement la valeur de certain client deviendra avec le temps énorme.

Ces clients représentent une part importante de vos ventes et ces bénéfices viennent d'une section de vos clients qui est assez faible. C'est ce petit groupe de personnes que vous avez besoin de garder heureux et satisfait.

Vous avez également besoin de veiller à ce que les gens aiment lire vos emails et qu'ils attendent avec impatience le prochain, afin de permettre à plus de gens d'être des clients occasionnels.

C'est à partir de ce groupe de personnes que vous ferez vos principaux profits. Vous voulez que ces gens achètent encore et

encore et qu'il ne cherche pas ailleurs, si vous avez besoin de savoir quel sont leurs besoins, demandez leurs tout simplement ,rappelez vous ce que le vieil adage dit "le client a toujours raison" , et ces premiers clients sont conservés heureux.

La prochaine étape, une fois que vos clients sont de retour, est de les inciter à acheter plus que ce qu'ils envisageaient d'acheter. Quand ils sont la dernière étape d' une vente, leur offrir un autre produit en même temps que leur produit choisi à un tarif réduit ou un produit qui est complémentaire à celui qu'ils ont choisi. C'est un peu comme ce qui se passe quand vous allez dans un fast-food et on vous demande si vous voulez des frites avec votre hamburger. Dans le jargon marketing "Upsell".

Donc, fondamentalement, vous devriez toujours essayer de convaincre vos clients d'acheter plus que ce qu'ils avaient planifié et regarder vos profits augmenter. Toutefois, faire une vente supplémentaire ne signifie pas que vous devriez ignorer les besoins et les exigences de vos clients.

L'Upsell est un outil qui devrait être utilisée pour le bénéfice des deux vous et votre client et jamais à leur désavantage car si un client estime qu'il a été contraint d'acheter quelque chose, il pourrait ne pas revenir la prochaine fois. Toutes les ventes devraient toujours être bénéfique à la fois à l'acheteur et au vendeur et jamais un seul côté.

Peut-être la pensée de l'Upsell vous donne envie de vomir , mais vous ne pouvez pas nier que l'Upsell vous fait gagner plus d'argent .

Il n'y a rien de mal à l'Upsell. C'est juste ce que vous en faites.

L'Upsell pourrait faire la différence entre 1 000 et 10 000 euros de gain. Il ne s'agit pas de profiter de vos clients. C'est faire en sorte de recommander des produits de valeur et d'augmenter votre valeur par client.

Amazon.com utilise l'Upsells ... Lorsque vous naviguez dans les livres sur Amazon.com, Amazon.fr le site fait toujours une recommandation. Il dit quelque chose comme, "Meilleurs Prix - Notre prix: \$ 19.36" ou peut-être "fréquemment achetés ensemble».. Et Amazon vous propose un ou deux autres livres à acheter avec le produit actuel.

Comment faire pour bien faire les choses?

Offre de produits connexes

Quand vous faites de l'Upsell, vous devez offrir un produit similaire ou quelque chose de complémentaire à l'offre principale. MacDonald's vous offre des frites avec votre Hamburger. Amazon.com propose des livres. Certains site Web offre un abonnement pour une longue période.

Offre au bon moment

L'offre de vente doit être présentée au bon moment.

Personnellement, je pense que le meilleur moment est lorsque le client est déjà décidé d'acheter votre produit. Il n'y a pas de produits liés à l'offre lorsque votre client ne s'est pas prononcé sur quoi que ce soit pour acheter encore ...

Imaginez un vendeur voiture. C'est seulement quand le client s'engage à acheter une voiture qu'il vous recommande le kit d'aileron, le pare-brise teinté, la jante de sport, etc ...

Créer une raison pour qu'ils doivent agir MAINTENANT

Sans une raison de mettre la main sur votre offre, c'est juste un autre simple recommandation. Avec une simple recommandation, ils savent qu'ils peuvent revenir et l'obtenir plus tard. Et plus tard veux souvent dire jamais.

Il y a deux façons de faire. Tout d'abord, il faut une offre pour un temps limité. Une façon naturelle de le faire est de présenter les produits connexes avant que le client effectue un paiement. Il sait que quand il aura effectué le paiement, l'offre expirera. Autres astuces surnois est bien sûr l'aide d'un compte à rebours.

Une autre raison est le prix. Quand vous faites une offre Upsell, vous offrez des produits à rabais. Il n'y a aucune raison de saisir votre offre si c'est le même prix. Ils peuvent toujours revenir plus tard pour ça.

La page de téléchargement et l'Upsell

À la page de téléchargement. Lorsque vous vendez des produits téléchargeables, les clients devraient aller à une page de téléchargement. Une bonne page de téléchargement est celle qui expire après une certaine période de temps. Cela signifie que chacun de vos clients ont leur propre page de téléchargement Web.

Pourquoi ne pas se servir de cette page pour remercier vos clients en offrant un rabais de X sur un produit connexes.

Imaginez ceci, dès le premier moment de l'ouverture de la page de téléchargement, un compte à rebours de 30 minutes commence. Maintenant vos clients ont 30 minutes pour décider de récupérer votre offre ou laisser passer ... Parce que c'est une page de téléchargement, il logique de voir un compte à rebours.

C'est une bonne astuce, non?

Je crois que c'est un moyen très efficace. Toutefois, je ne suis pas du tout programmeur, mais des scripts existent pour vous aider avec ce côté plus complexe. Vous pouvez même demander à un programmeur de le faire pour vous.

Comment Augmenter Vos Profits Rapidement et Sans Effort

Si vous vendez déjà un produit et faites des profits en vendant un seul produit, sans aucune autres formes de profits backend, alors vous perdez beaucoup d'argent.

Une fortune peut être faite par la vente de produits connexes à vos clients désireux de consacrer du temps et de l'argent à leurs intérêts.

Supposons que vous vendez un produit à un client et ensuite vous lui envoyez un lien vers une page où il peut y accéder.

Maintenant, au lieu de l'envoyer directement à cette page, vous pouvez créer une offre qu'il ne pourra pas laisser passer d'une durée limitée, et l'envoyer sur cette page.

Ainsi, si la vente de votre produit principal, vous place déjà en position de profit, les ventes de cette deuxième offre seront elle du profit net. Et tout ce que vous aurez à faire pour celà c'est une page de plus que ce que vous êtes déjà habitué.

Lorsque vous créez un produit, réalisez que vous pouvez faire plus d'une vente à un client potentiel. Quiconque qui fait un achat en ligne est de nature à en faire deux.

Beaucoup de gens ont de mauvais résultats, tout en offrant au client des produits supplémentaires. Vous devez veiller à ce que les extras que vous offrez sont connectés au produit principal. Par exemple, si vous vendez des informations sur comment faire un site internet, comme produit principal, votre produit backend doit apporter un avantage au premier ex: Comment générer du trafic.

Une autre chose que vous pouvez faire pour augmenter les profits est de placer une offre sur la page de téléchargement elle-même. Ainsi, lorsque le client visite la page de téléchargement de son achat, il voit l'offre. Cette offre aussi doit être connectée au produit principal.

Une autre méthode pour augmenter les profits backend est de simplement demander le nom et l'adresse e-mail de votre client en échange d'un produit gratuit. Ayant obtenu cette information, vous pouvez l'informer de vos produits par e-mail. Bien que cela semble évident, un certain nombre de personnes ne parviennent pas à le faire. C'est une bonne méthode car elle vous aide à construire une relation avec votre clientèle et à forger une clientèle fidèle de base, et imaginez les résultats avec une liste de 30 000 adresses emails.

Ce sont simplement quelques conseils de base pour vous aider à démarrer. Une fois que vous aurez régler et mis en place les moyens d'accroître vos ventes “Backend” et “Upsell”, vous remarquerez certainement que votre marge de profit a considérablement augmenté.

Alors allez y, penser à ce que vous pourriez offrir à vos clients en plus, si vous ne trouvez pas, demandez leurs, et ensuite offrez à vos clients ce qu'ils veulent.

À votre Succès en ligne,

A handwritten signature in dark ink, reading "Erik Pineatt". The signature is fluid and cursive, with the first letters of each word being capitalized and prominent.

Boutiqueebook.com