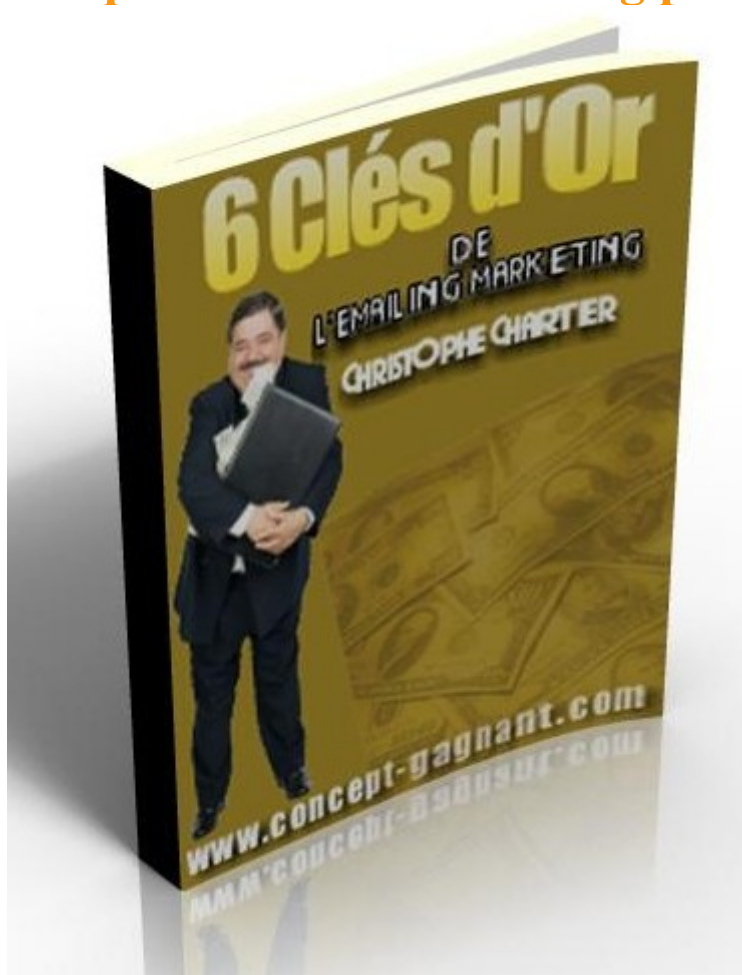


# **Les 6 Clés d'OR**

## **Pour Obtenir Plus De Résultats Dans Vos Campagnes d'Emailings**

**ou comment produire des bénéfices  
grâce à la puissance du marketing par Email**



Christophe Chartier  
**Infopreneur**

# À LIRE TRÈS IMPORTANT

Le simple fait de lire ce présent livre vous donne le droit de l'OFFRIR EN CADEAU à qui vous le voulez. De plus, vous avez aussi le droit de le revendre en version électronique sur internet, **à 3 conditions :**

- 1.** Ne pas faire de spam pour le vendre. Le spam est un courrier commercial non sollicité, adressé à une ou des personnes qui ne vous connaissent pas. \*
- 2.** Le garder intact comme vous l'avez reçu et respecter son copyright. \*
- 3.** Ne pas faire de promesses mensongères du genre « Triplez votre salaire » punies par la loi.

Vous garderez tout l'argent que vous gagnerez en le revendant.

Vous pouvez aussi l'offrir en cadeau supplémentaire, en vente groupée ou le mettre aux enchères sur Ebay et sur les autres ventes d'enchères.

\*Bien sûr, si vous ne respectez pas une seule de ces conditions, le droit de revente vous sera immédiatement retiré, et l'auteur se réserve le droit légitime de vous réclamer des dommages et intérêts. Vous ne disposez pas des droits de label privé.

# Introduction

**V**ous allez découvrir une nouvelle stratégie que très peu de personnes emploient avec leurs emails de vente.

Même si vous êtes dans un domaine à forte concurrence, voici votre chance de vous démarquer des autres.

Nous allons parler de comment obliger plus de personnes à lire votre bulletin, votre newsletter, vos rapports spéciaux et bien d'autres choses encore...

**Rappelez-vous, le but est de vous aider à :**

- Obliger plus de personnes à lire vos messages électroniques
- Obliger plus de personnes à répondre à vos messages électroniques

**Je vous encourage donc à imprimer ce rapport,  
avant même que vous le lisiez!**

# Partie 1

## Pourquoi Cette Stratégie Est Devenue Indispensable

**L**a vente par email est l'outil le plus puissant pour créer votre fortune en ligne.

Vraiment, rien d'autre ne lui arrive à la cheville !

Dans chaque partie du marketing en ligne, à un degré ou à un autre, nous employons l'email dans le processus de vente.

Ce n'est pas une grande surprise pour vous, j'en suis sûr !

L'email est une arme puissante et parce qu'il est si puissant, ajouté au fait qu'il est complètement LIBRE à l'utilisation, il est devenu sur-utilisé. Il est abusé par ceux qui veulent le MALTRAITER, c'est à dire les spammeurs et il est abusé par ceux qui ne savent pas l'employer correctement.

Le résultat qui en résulte, est un bombardement constant de messages électroniques dans votre boîte email, à laquelle est suivi des tas de problèmes.

1. Nous avons maintenant des filtres anti-spam qui suppriment une grande majorité du spam, mais malheureusement qui suppriment une grande majorité des messages électroniques légitimes. Ces filtres font la suppression de VOS messages de vente et de MES messages de vente aux destinataires qui ONT DEMANDÉS l'information.
2. Il y a également des suppressions massives. Combien de fois nous balayons nos lignes objet d'email, et combien fois nous cliquons sur le bouton de SUPPRESSION ? Nous déterminons quels emails lire entre ceux qui sont du spam et ceux qui nous intéressent. Malheureusement, il nous arrive parfois de supprimer par erreur, des emails qui nous auraient sûrement intéressés au plus haut point.
3. Nous avons aussi la concurrence ! Il y a beaucoup d'autres messages et il en vient de plus en plus chaque jour, par beaucoup d'autres concurrents qui essayent d'atteindre les prospects comme nous essayons nous aussi de les atteindre.

## **Le résultat négatif est :**

Il devient de plus en plus difficile de recevoir vos messages de vente d'email par le destinataire prévu et certainement plus difficile de recevoir les "messages lus" et "répondu à".

## **Est-ce que le moyen par la vente d'email est mort ?**

Des tas de personnes voudraient que vous le pensiez !  
Mais c'est faux, la vente par email est encore et toujours d'actualité !

## **Vous devez simplement vous adapter !**

Vous devez trouver une manière de contourner l'obstacle, soit en passant au dessus de l'obstacle ou soit en passant sous l'obstacle !

C'est comme cela que vous continuerez à avancer, à aller de l'avant.  
Le téléchargement de ce rapport est déjà un pas en avant pour vous.

Ce que je suis sur le point de vous dévoiler est une manière d'accomplir trois choses importantes...

- 1. Battre les filtres anti-Spam**
- 2. Battre les suppressions massives d'emails**
- 3. Battre la concurrence à plate couture**

Regardez maintenant ce que nous allons utiliser, ce que j'appelle les MET « **les messages électroniques téléchargeables.** »

Que sont-ils...

Définition des « **Messages électroniques téléchargeables** »

« Un message électronique téléchargeable » est un message informationnel (issue de bulletin, de leçon, de rapport spécial) qu'est annoncé par l'intermédiaire de l'email à une liste d'abonnés, mais livré en un document téléchargeable (un dossier PDF).

Pour comprendre pourquoi cette nouvelle technique est importante, regardez la manière dont la plupart l'information des messages est fournie.

## **Voici comment cela fonctionne réellement :**

Vous encouragez des personnes (prospects) à se joindre sur une liste de bulletin ou à souscrire à une série de messages. Puis, ces messages sont envoyés au destinataire directement à leur adresse email.

En d'autres termes, la dernière édition de votre bulletin se dirige dans leur boîte email, ou chacune des leçons, des mini-cours, se dirige dans la boîte email de votre abonné.

## **Et voici donc les problèmes que l'on rencontre généralement :**

Les filtres anti-Spam éliminent les messages informationnels à certains destinataires parce que vous avez employé de mauvais mots-clés dans votre article décrit.

Tout le monde, y compris leur grand-mère (oui oui !) envoie des messages d'informations en même temps que le vôtre et le vôtre se perd dans tous ces emails reçus.

Plusieurs de vos abonnés « ont l'intention » de lire votre bulletin, mais le supprime accidentellement ou le classe avec d'autres emails reçus de la concurrence, avec d'autres publications électroniques reçus et ont peu ou aucune chance de le voir !

Alors, et maintenant ?

Que devez vous faire ?

**1. Changez votre stratégie !**

**2. Commencez à employer « les messages électroniques téléchargeables. »**

Maintenant, regardez bien ce qui va se produire dans ce nouveau scénario.

Vous envoyez un email à vos abonnés. (Peut-être la dernière édition de votre bulletin, ou la prochaine leçon d'un mini-cours ou un rapport spécial qu'ils ont demandé).

## **Voici un exemple d'application :**

Objet : Le nom, voici votre lien de téléchargement...  
Bonjour x, vous pouvez télécharger la leçon 5 du « marketing viral »  
Chez <http://www.mondomaine.com/leçon5.html>  
Dans cette leçon vous découvrirez « comment employer n'importe quelle liste pour tripler vos commissions de filiale ».  
Oui, même si vous avez une liste de 50 personnes seulement, c'est le résultat de cette stratégie gagnante.  
Amicalement,

## **Maintenant, que se produit-il ?**

Tout d'abord, il est BEAUCOUP moins probable que les filtres anti-Spam aillent supprimer automatiquement cet email.

Au lieu d'avoir 1.000 ou 2.000 ou 5.000 mots dans votre bulletin ou votre newsletter, vous avez (dans cet exemple) à peine 50 mots.

## **RESULTAT :**

Beaucoup plus de chance de passer les barrières anti-spam !

Deuxièmement, votre document a beaucoup plus de VALEUR ici. Pensez-y un instant. Votre concurrent envoie un bulletin-texte et vous, vous envoyez un dossier téléchargeable en format PDF.

## **Qu'est-ce qui a une valeur perçue plus élevée, d'après vous ?**

Pour moi, il n'y a pas photo, c'est le document téléchargeable !

## **Mais, considérez ceci :**

Même si la valeur est égale... vous vous tenez toujours en dehors de la foule, parce que vous êtes DIFFÉRENT et, vous avez également une durée de conservation beaucoup plus longue.

En effet, un dossier que quelqu'un télécharge sur son ordinateur restera presque toujours sur son ordinateur plus longtemps qu'un message électronique (email classique).

## **Cela devient donc meilleur pour vous !**

Si vous employez ce dont nous allons parler dans la prochaine section, vous pouvez réellement obtenir de meilleurs résultats dans votre marketing d'email que vous n'avez jamais eu auparavant... même avant l'arrivée des filtres anti-Spam et de la concurrence impitoyable.

J'ai expérimenté ces « **messages électroniques téléchargeables** » et je les ai trouvés à être extrêmement plus efficaces que les emails classiques !

## **La chose importante à noter maintenant :**

Cette stratégie travaille avec n'importe quel message informationnel que vous livrez à vos abonnés...

Je vous encourage donc à employer cette stratégie pour chacun de vos numéros de bulletin. Préparez votre message d'information comme vous le faites toujours et, quand vous avez terminé, convertissez-le en document pour le téléchargement, de préférence en un dossier au format PDF.

Vous pouvez « l'épicer » avec de différentes tailles de police, de modèles et de couleurs, avec des ajouts de graphiques si vous le désirez.

Vous pouvez appliquer cette stratégie à chacune de vos leçons, de mini-cours ou autres documents. Si vous avez un mini-cours de cinq jours, dans votre liste à réponse préenregistrée de votre [auto répondeur](#), au lieu d'envoyer l'information réelle chaque jour, vous envoyez un lien de téléchargement chaque jour dans un dossier PDF.

Quand vos clients ou prospects vous demandent vos rapports spéciaux..., vous leur envoyez un lien de téléchargement au lieu de l'information elle-même.

« **Les messages électroniques téléchargeables** » sont une grande manière de surmonter les obstacles.

**Actuellement, très peu de personnes emploient cette stratégie.**



Maintenant, vous pouvez combattre les filtres anti-Spam et battre votre concurrence, car vous avez une énorme avance sur eux !

Regardons ensemble comment vous devez procéder pour réussir cette stratégie marketing d'email.

**Voici les six clés d'or...**

## Partie 2

# Obtenir Plus De Résultats

**A**fin de vous aider à tirer le meilleur de cette technique, je vais vous donner les « **six clefs d'or** » à succès.

Il n'est pas absolument nécessaire de les employer toutes, mais plus vous les incorporerez à cette stratégie et plus vous produirez de résultats positifs à court terme et à long terme.

### 1ère clé :

## Indiquer Un Emplacement Pour Le Téléchargement

**U**n conseil, au lieu de leur fournir le lien réel de téléchargement dans votre email, vous leur fournissez un lien à votre site Web à la place. Notez bien la légère différence entre les deux...

**OPTION 1 :** Vous pouvez télécharger la leçon d'aujourd'hui à :  
<http://www.mondomaine.com/monfichier.pdf>

**OPTION 2 :** Vous pouvez télécharger la leçon d'aujourd'hui à :  
<http://www.mondomaine.com/monfichier.html>

Un lien leur permet de télécharger le dossier directement de l'email qu'ils reçoivent, tandis que l'autre les fait aller à l'emplacement où vous désirez qu'ils téléchargent leur leçon.

## Ainsi, quelle est la différence ?

Il y a réellement deux raisons pour lesquelles vous devez obtenir de vos prospects qu'ils aillent sur votre site pour télécharger le fichier, à la place de fournir simplement le lien de téléchargement par l'intermédiaire de l'email...

1. D'abord, il vous permet à l'occasion de vendre plus. Penser-y.

Si vous fournissez le lien de téléchargement pour le dossier ou la leçon dans l'email, ils cliquent simplement, téléchargent le fichier et partent !

Mais, si vous les envoyez à votre emplacement choisi pour le téléchargement, vous avez l'occasion de les exposer à plus d'offres, dans votre processus de vente.

- Vous pouvez placer une annonce de bannière sur la page
- Vous pouvez insérer un pop-up fenêtre
- Vous pouvez les réorienter à une page de vente après qu'ils aient cliqués sur le lien de téléchargement
- Vous pouvez avoir un témoignage court pour un produit juste au-dessous du lien
- Vous pouvez les diriger vers un de vos autres contenus

Il y a toutes sortes d'occasions de vendre davantage sur votre site, contre AUCUNE occasion de vendre par l'intermédiaire d'un clic de téléchargement dans votre email.

En les guidant sur votre site ou à l'emplacement de votre choix, vos prospects pourraient bien voir quelque chose qui les intéresse et revenir plus tard pour en savoir plus.

2. Vous construisez un meilleur choix dans votre liste. N'importe qui, qui est disposé à ce joindre à votre liste sur votre emplacement, ouvrir un email et puis revenir à votre emplacement pour le téléchargement, est relativement intéressé par l'information.

Ils sont disposés à investir de leur temps (quoique, juste quelques secondes) en obtenant le document et sont probablement beaucoup plus enclins à lire votre message.

Une autre chose que je veux vous mentionner, rendez vos pages de téléchargements IMPRÉVISIBLES !

**Par exemple :** Si vous avez un cours de cinq jours que vous envoyez en format PDF, n'établissez pas vos pages de téléchargement comme ceci !

<http://www.votresite.com/lecon1.html>

<http://www.votresite.com/lecon2.html>

<http://www.votresite.com/lecon3.html>

<http://www.votresite.com/lecon4.html>

<http://www.votresite.com/lecon5.html>

Si vous faites comme ça, alors vos abonnés sauront exactement où télécharger le prochain acompte, avant même d'avoir eu votre message d'[auto répondeur](#) pré-enregistrée.

Mélangez-les vers le haut, ainsi ils peuvent seulement accéder à l'information dans le temps et dans les intervalles que vous avez établi dans votre ordre de liste de réponse pré-enregistrée de votre [auto répondeur](#).

## 2ème clé : Choisissez Des Noms De Fichiers Avec Des Phrases Clés!

**L**a prochaine chose que vous devez faire est de soigneusement choisir les noms de fichiers réels des messages téléchargeables. Spécifiquement, vous devez choisir des titres de PHRASE CLÉ qui soulignent des avantages pour le lecteur.

Au lieu de « lecon1.pdf », employez plutôt « 2tactiquesdaffiliations.pdf »

Au lieu de « virsec5.pdf », employez plutôt « 5secretsmarketing.pdf »

### Pourquoi est-ce important ?

Simplement parce que vous voulez que vos lecteurs LISENT votre message téléchargeable et de préférence MAINTENANT, ou vous voulez certainement qu'il le lise PLUS TARD.

### Pensez à ceci :

Si vous passez en revue vos répertoires de dossiers sur votre ordinateur, lesquels vous lirez le plus probablement ?

Un livre intitulé « **lecon3.pdf** »

Ou un livre qui est intitulé « **LesSecretsDesEmails.pdf** » ?

Ou, si vous vous rappelez soudainement que vous alliez lire ce rapport que vous aviez téléchargé il y a une semaine sur le [marketing viral](#) et vous désirez le rechercher maintenant... Qu'est ce qui serait plus facile pour vous pour retrouver ce fichier ?

Le tri par une série de :

« **vol2sect3.pdf** », « **vol2sect4.pdf** », « **vol2sec5.pdf** »

Ou voir « **marketingviral.pdf** » ?

Ou, si vous supprimez des fichiers téléchargés sur votre ordinateur que vous utilisez rarement... comment feriez-vous le tri pour savoir quels fichiers gardés et quels sont ceux à supprimer ?

«**commaigl2.pdf** » ou «**commentmaigrir.pdf** » ?

### Voici la réponse :

Vous voulez que vos lecteurs IDENTIFIENT votre dossier PDF entre tous les autres dossiers sur son ordinateur (et ainsi, regagner leur intérêt par la phrase clé).

Vous voulez que vos lecteurs puissent TROUVER RAPIDEMENT votre dossier quand ils le veulent (au lieu d'abandonner après plusieurs minutes de recherche dans un groupe d'archives) et vous voulez qu'ils GARDENT votre dossier après identification de sa valeur.

Tout cela peut être accompli simplement par une PHRASE CLÉ dans votre nom de fichier, soulignant les avantages spécifiques à trouver dans le document lui-même.

Évidemment, ne faites pas des titres trop longs et interminables, du genre :

«**dixseptsastucesdumarketingemployeparlesmeilleurscopywriters.pdf** »

### Vous voyez ce que je veux dire ?

C'est une idée très simple, mais je vous assure qu'elle est monumentale dans l'effet qu'elle peut avoir sur l'efficacité de vos « **messages électroniques téléchargeables** » quand un abonné les a sur son ordinateur.

Pour vous aider à choisir votre titre, je vous ai fait liste de contrôle simple :

#### 1. Votre titre est-il court ?

Comme je l'ai déjà mentionné, ne faites pas de titre trop long pour la description de votre titre.

Vingt à vingt-cinq caractères est un bon principe de base.

## 2. Votre titre est-il spécifique ?

Si possible, vous pouvez inclure un genre de référence spécifique au produit à l'intérieur « **du message électronique téléchargeable** », de préférence une référence numérique.

### Par exemple :

Au lieu de «**lesregimesrapides**»  
le faire plutôt du genre « **22regimesrapides** »

## 3. Votre titre est-il suggestif ?

En conclusion, vous voulez que votre titre soit un rappel de la combinaison de la matière du dossier. Si la matière est « [header graphic](#) ou [bannière d'en-tête](#) » alors quelque part dans le titre, il serait bon d'inclure une référence à la bannière d'en-tête.

Un bon titre de dossier permet au lecteur de savoir immédiatement ce qui est à l'intérieur de ce dossier.

### Une autre pensée :

Si votre « **message électronique téléchargeable** » est un cours d'instruction pour devenir infopreneur, il faudra certainement y inclure le mot « **comment** » au titre principal.

- CommentDevenirInfopreneur.pdf
  - CommentEtreInfopreneur.pdf
- etc...

## Et pour des Cours et des bulletins ?

Les mêmes « tuyaux » généralement, s'appliquent à tous les « **messages électroniques téléchargeables.** »

Oui, tous !

Maintenant, il y a quelques choses à considérer au sujet des mini-cours d'email et bulletins d'email.

Laissez-moi partager avec vous les trois options possibles.

### **Vous pouvez employer un titre de PUBLICATION partout.**

En d'autres termes, vous pouvez employer le titre de votre publication (le nom de votre bulletin ou de Cours) dans le nom de fichier de chacune de votre connexe

« **messages électroniques téléchargeables.** »

amsnews34.pdf, amsnews35.pdf, amsnews36.pdf,  
200headgrap11.pdf, 200headgrap12.pdf, 200headgrap13.pdf

### **Vous pouvez employer un titre de SPÉCIFICATIONS partout.**

En d'autres termes, vous pouvez employer une phrase clé qui est spécifique à la matière principale partagée dans chaque message individuel. Au lieu de la mise en référence « amsnews34.pdf »

Par exemple, regardez la description de votre article, de votre newsletter, etc...  
Intitulez le nom du fichier qui résume le contenu de votre information  
« 5ideesdeprofits.pdf »

### **Vous pouvez employer un titre de COMBINAISON partout.**

La troisième option est d'employer une combinaison de titres de PUBLICATIONS et de SPÉCIFICATIONS.

Dans ce scénario, vous abrégez généralement la « publication » le titre, ajoutez alors un soulignage, et ajoutez aussi une phrase clé spécifique à ce dossier particulier.

### **Exemples :**

AMS\_les5clesdessucces.pdf  
AMS\_7jourspourbanirladepression.pdf  
AMS\_37pointsvitaux.pdf  
Etc.



## Quel est la meilleure tactique pour vous ?

Ca, c'est à vous de choisir et à personne d'autres !

### Mon conseil est simple :

- **Combinaison** pour des bulletins
- **Publication** pour des Cours
- **Spécifications** pour tous les dossiers jetables

La chose importante est d'assurer votre « message électronique téléchargeable » de telle manière que :

- **C'est facile à identifier**
- **C'est Facile à placer**

### Voici un exemple :

Je pourrais facilement nommer ce rapport, du style « rapportspecial.pdf » ou « emailsdevente.pdf »

Mais, au lieu de cela, j'ai choisi « **6ClesMarketingEmails.pdf** ».

Vous savez immédiatement à quoi il correspond, quand vous le voyez sur votre ordinateur.

Les chances sont que vous le garderez et le lirez (probablement à plusieurs reprises) simplement en raison du nom de ce fichier.

## 3ème clé : Encourager La Consommation

**L**a prochaine chose à faire avec cette stratégie est :

### "Encourager La Consommation"

N'importe quel moyen simple pour encourager vos lecteurs À LIRE votre message électronique est important!

Vous voyez, il n'est pas du tout intéressant de les faire télécharger un fichier, s'ils ne le lisent pas réellement. Nous sommes d'accord, n'est ce pas ?

Afin que VOUS PUISSIEZ obtenir la réponse que vous désirez (finalement, pour qu'ils ACHÈTENT quelque chose), ils vont devoir lire votre message et pas le mettre aux oubliettes !

Ainsi, vous avez besoin « d'encourager la consommation », les encourager à lire vos messages !

Ce qui pose la question suivante:

### Comment peut-on encourager la consommation ?

Je suis heureux que vous me le demandiez ;-)

Deux choses que vous pouvez faire afin d'encourager vos lecteurs à lire réellement vos messages téléchargeables

#### 1. Les pousser à imprimer

D'abord, vous pouvez leur RAPPELER d'imprimer votre message téléchargeable.

**Voici le problème :** il y a pleins d'autres dossiers sur leur ordinateur. Il y a d'autres emails dans leur boîte. Il y a d'AUTRES concurrents essayant d'obtenir la lecture de LEURS messages.

Et Vous, vous voulez [obtenir la lecture](#) des Vôtres. La manière la plus simple à faire est de démarquer votre message des autres !

Ils sont BEAUCOUP plus nombreux que vous ne le pensez, à lire un rapport qu'ils ont imprimé, que de lire un rapport sur leur écran d'ordinateur.

Rappelez-leur systématiquement d'imprimer chacun de vos messages téléchargeables.

Indiquez leur D'AVANCE dans le paragraphe d'ouverture du message lui même.

## 2. Envoyer un email de suivi

L'autre chose que vous pouvez faire est d'envoyer un email de suivi.

Deux ou trois jours après que votre message téléchargeable est été envoyé, envoyez leur un autre message pour leur rappeler DE LE LIRE.

Vous pouvez obtenir ceci par un message téléchargeable original en faisant une chose simple :

- Mentionnez un [avantage attractif](#) particulier et l'endroit EXACT dans le message téléchargeable où ils peuvent le trouver!

### Par exemple :

« N'oubliez pas de lire le rapport spécial que je vous ai envoyé il y a deux jours. Veuillez prêter une attention particulière à la PAGE 4 du rapport, parce que c'est à où je vous explique exactement comment perdre 3 kilos supplémentaires par semaine tout en regardant la TV. »

(Qu'il découvrira en LISANT votre rapport, immédiatement)

### Un exemple concret :

D'abord, regardez de nouveau la partie précédente de ce rapport :

- Je vous ai conseillé **D'IMPRIMER** ce rapport.

En fait, je vous encourage à le faire, ce qui veut dire en clair...

**« Saisissez un stylo et Etudiez-le. Entourez ou surlignez les choses importantes pour vous. Griffonnez des idées et des notes dans les marges. Écrivez les étapes d'action »**

Les chances sont plus nombreuses pour que l'on vous lise sur le PAPIER grâce à cette technique.

## 4ème clé : Orienter Sur Une Offre

**Q**uestion rapide :

Quel est votre but par ces « messages électroniques téléchargeables » à vos abonnés?  
Ce n'est pas une question piège. ;)

Sérieusement, quel est le BUT ?  
Tout comme ceux qui envoient ce genre de messages ?

• **Obliger le lecteur à ACHETER quelque chose !**

Bon. Je suis heureux de voir que vous êtes avec moi jusqu'ici.

Donc, vous avez remonté ces messages (soit un bulletin, une leçon de cour ou un rapport spécial, ...) et vous employez votre information libre POUR INSTRUIRE le lecteur avec le contenu, dans le but de DIRIGER le lecteur vers une [offre commerciale](#).

La clé ici est de leur fournir l'information UTILE qui leurs donnent envie d'en avoir plus !

**Voici un exemple en action :**

L'autre jour, mon épouse et moi sommes allées à un de nos restaurants préférés, le « benjamin » et comme à chaque fois que nous y allons, le serveur nous demande « aimeriez-vous goûter un verre de vin témoin ? »

Nous refusons, simplement parce que nous ne buvons pas. Mais, la plupart des personnes acceptent l'offre.

Voici comment cela fonctionne pour le "Benjamin" :

Vous essayez le vin, vous l'appréciez et vous avez envie d'en avoir plus « miam, miam, donnez m'en encore plus ! et le « plus » n'est pas gratuit. Vous le payez.

## **Voilà comment cela doit fonctionner !**

- Vous fournissez à vos lecteurs un échantillon « ici, le verre ! » d'information
- S'ils trouvent bon ce qu'ils viennent de goûter, ils vont en vouloir encore plus
- Et vous leur donnez le lien où ils peuvent obtenir quelques « verres » en plus

## **Un point important, dont je suis certain :**

### **1-Offrir un échantillon**

### **2-Les encourager à goûter**

### **3-En offrir encore plus, mais en payant cette fois-ci !**

Regardez ce que vous lisez en ce moment. Je VOUS AI DONNÉ plus d'une vingtaine de pages de ce que je pense être, de la bonne information.

Je le pense sincèrement, car si vous avez lu ce rapport attentivement, vous pouvez commencer à EMPLOYER cette technique immédiatement dans votre propre marketing d'email !

## 5ème clé : Un Bonus Exclusif

**C**omment avoir une arme supplémentaire « pour sceller l'affaire » et obliger vos prospects à acheter ?

J'ai pensé que vous voudriez le savoir, n'est ce pas ?

### Voici cette arme :

Mentionnez une bonification exclusive qui est SEULEMENT disponible par votre « message électronique téléchargeable » En d'autres termes, mentionnez quelque chose de libre, de gratuit, que vous leur donnerez s'ils passent commande et qui n'est pas annoncé ailleurs !

Par exemple, vous pourriez avoir un produit que vous vendez sur votre emplacement (votre site, votre blog) et vous pourriez déjà avoir 4 bonifications gratuites énumérées dans votre page de vente.

Vous offririez à vos lecteurs une CINQUIÈME bonification s'ils commandent aujourd'hui. Quelque chose que les clients « réguliers » ne reçoivent pas.

### Comment obtenir cette bonification exclusive ?

En fait, vous les obligez à vous envoyer, grâce à l'email qu'ils ont reçus par exemple, une demande pour réclamer cette bonification exclusive.

### Maintenant, qu'avez-vous ?

Vous avez une raison supplémentaire « complètement incorporée » pour attirer le lecteur à acheter le produit que vous favorisiez.

Ceci peut fonctionner pour tous vos produits ou n'importe quels programmes d'affiliations que vous pourriez favoriser dans votre contenu.

## 6ème clé : Faites Des Liens à d'Autres Rapports

**L**a prochaine chose que vous pouvez faire est de croiser d'autres « messages électroniques téléchargeables ». En d'autres termes, vous mentionnerez brièvement d'autres messages idéalement orientés, que le lecteur peut vouloir télécharger et lire.

**Il y a deux ou trois différentes stratégies que vous pouvez utiliser :**

1. Spécifiquement connexe. Vous voudriez mentionner d'autres « **messages électroniques téléchargeables** » qui sont spécifiquement connexe au message qu'ils lisent actuellement.

**Par exemple :**

S'ils lisent la 4ème leçon d'un Cours de 7 leçons et vous voulez fournir des liens de téléchargement pour les 3 précédents messages de la série... en rappelant de ce fait, de les télécharger et de les lire à nouveau. (Cela augmente votre probabilité à la production de résultats.)

**Par exemple :**

S'ils lisent l'édition courante du votre bulletin dans un PDF téléchargeable, vous pourriez avoir des liens à vos précédents bulletins archivés dans le format PDF, ainsi ils peuvent les télécharger et les lire aussitôt.

2. L'autre stratégie que vous pourriez employer est de mentionner d'autres dossiers qu'ils peuvent télécharger, qui n'est pas forcément connexe à ce qu'ils lisent actuellement.



### Par exemple :

S'ils sont à la leçon 4, votre cours pourrait leur indiquer un bulletin téléchargeable qui a un article sur le même sujet.

Ou, disons que votre bulletin est orienté sur comment « SUIVRE UN RÉGIME ». Vous pourriez trouver un livre personnalisable sur un autre site Web (qui vous permet d'insérer VOTRE lien d'affiliation de leur produit et de gagner une commission) et de le citer dans votre bulletin.

Ces autres messages sont des messages dont le lecteur est susceptible d'être intéressé.

C'est comme créer votre propre Web. Vous les entrez dans UN « **message électronique téléchargeable** », vous en favorisez d'autres et ces autres en favorisent encore d'autres.

Finalement, vous avez un système complet de messages qui pousse vers l'avant le lecteur jusqu'au prochain. Vous les gardez intéressé grâce à VOTRE contenu. Vous continuez à les exposer à [vos offres](#). Vous continuez à les faire venir sur votre emplacement.

Et finalement, ils dépensent de l'argent avec VOUS dans ce processus !

Ceux qui emploient ce système de promotion pour continuer d'instruire et d'établir des rapports en faisant des propositions à l'ensemble de leurs contacts, sont ceux qui gagnent finalement des « **revenus automatiques** » dont chaque infopreneur rêve.

## En Conclusion

**L**a vente d'email est l'arme finale dans l'arsenal de chaque infopreneur, de chaque webmaster et vendeur de toutes catégories sur le web.

Certes, elle n'est pas sans faille...

Vous devez donc être REACTIF à l'adaptation, à la technologie toujours changeante et en prenant des mesures pour surmonter les obstacles qui sont soulevés.

Ce rapport est simplement là pour augmenter vos résultats avec le marketing d'email.

J'espère que vous avez trouvé cette information utile.

Je vous souhaite beaucoup de succès,



Christophe Chartier  
Infopreneur

