

346 € par jour EN AUTOMATIQUE

Table des matière

Vocabulaire	2
Chapitre #1 : Le revenu passif du 21ème siècle	3
Qu'est ce qu'un tunnel de vente ?	3
Le modèle AIDA	3
Tunnel de vente en déficit VS profitable	4
Chapitre #2 Trouver sa zone de profit	7
Les 3 désir fondamentaux	8
Une idée en or	10
Chapitre #3 : Devenir un rentier de l'emailing avec la LP	13
Comment gagner 3 SMIC avec 1 seul mail	13
2 techniques pour avoir 100 leads gratuit par jour	14
Les bases d'une page de capture	16
Dissection de 3 LP qui marchent	18
Chapitre #4 : Transformer un inconnu en client en quelques minutes	24
L'offre VS le produit	25
Anatomie d'une page qui vend en 11 points	27
Chapitre #5 : L'étape clé du tunnel de vente	40
Comment ne pas faire fuir un client potentiel	40
La magie de l'order bump	41
Quelques idées	42
L'order bump inversé	43
Chapitre #6 Augmenter son CA de 327 %	43
La puissance de l'UPSELL	44
Gratter les centimes	47
Chapitre #7 Attirer un flux de prospect dans votre tunnel	48
Le trafic gratuit	48
Le trafic payant	49
Chapitre #BONUS : mettre des mots sur une page blanche et se faire payer pour ça	51

Les 3 péchés du copywriting	52
6 techniques pour booster vos texte de ventes	52
3 règles du copywriting	55
Outil et liens utiles	59

Vocabulaire

audience : L'audience est constituée de l'ensemble des personnes touchées par un média ou support de communication

avatar client : profil psychologique, biographique le plus précis possible de votre client idéal.

bullet list : liste à puces

closing : technique marketing pour convaincre un prospect hésitant d'acheter après le premier CTA

copywriting : l'art d'écrire des texte qui motive les gens à fair l'action désirée

coût d'acquisition : coût de publicité

coût par lead : le prix pour l'acquisition d'un lead. Peut varier selon les régies

CTA : call to action, appel à l'action en français.

DOWNSELL : offre de recul proposer au prospect si il clique sur le bouton non de l'upsell

Landing Page (LP) : page de capture en francais, sert à collecter les email de vos prospect

lead : un lead représente une adresse mail que vous a donné un prospect pour obtenir quelque chose

order bump : case à cocher sur la page de paiement pour ajouter un produit complémentaire à la commande

Panier moyen : total du chiffre d'affaire divisé par le nombre de client

prospect : client potentiel

ROI : retour sur investissement. Un ROI de 3 signifie que vous investissez 1 €, vous récupérez 3 €. Vous avez fait un bénéfice de 2 €.

trafic chaud : audience qui sait qu'elle a un problème et qui connaît votre offre

trafic froid : audience qui ne vous connaît pas et qui ne sait pas qu'il existe une solution

UPSELL : page de vente qui apparaît une fois que le client a acheté. Une offre est proposée et le client a juste à appuyer sur un bouton pour payer. Pas besoin de rentrer une seconde fois la carte bleu

Value stacking : Cette méthode permet de clarifier la valeur perçue d'une offre par le prospect grâce à la combinaison de plusieurs produits qui ont chacun leur propre valeur. Additionnées ces différentes valeurs vous permettent d'augmenter le prix de votre offre.

Chapitre #1 : Le revenu passif du 21ème siècle

Qu'est ce qu'un tunnel de vente ?

définition : *réalisation par une entreprise d'un parcours qui mène un prospect à devenir un client ou un acheteur compulsif, en maximisant la marge réalisée via une série d'offres.*

Le tunnel de vente est aussi connu sous les noms de tunnel de conversion, funnels ou encore entonnoirs de vente.

définition prospect : client potentiel

Le modèle AIDA

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, le tunnel de vente n'est pas la dernière invention des marketeurs digitaux.

En 1898, E. St. Elmo Lewis a développé un modèle qui traçait un parcours client théorique à partir du moment où une marque ou un produit attirait l'attention du consommateur sur le point d'action ou d'achat.

L'idée de St. Elmo Lewis est souvent appelée le modèle AIDA , un acronyme qui signifie Sensibilisation, Intérêt, Désir et Action. Ce processus par étapes est résumé ci-dessous :

- **Sensibilisation** : Le prospect prend conscience de l'existence d'un produit ou d'un service qui pourrait résoudre son problème.
- **Intérêt** : le prospect comprend l'intérêt du produit car il pourrait résoudre son problème.
- **Désir** : Le désir du prospect pour le produit augmente.
- **Action** : Le prospect fait l'action souhaité comme par exemple un achat.



Tunnel de vente en déficit VS profitable

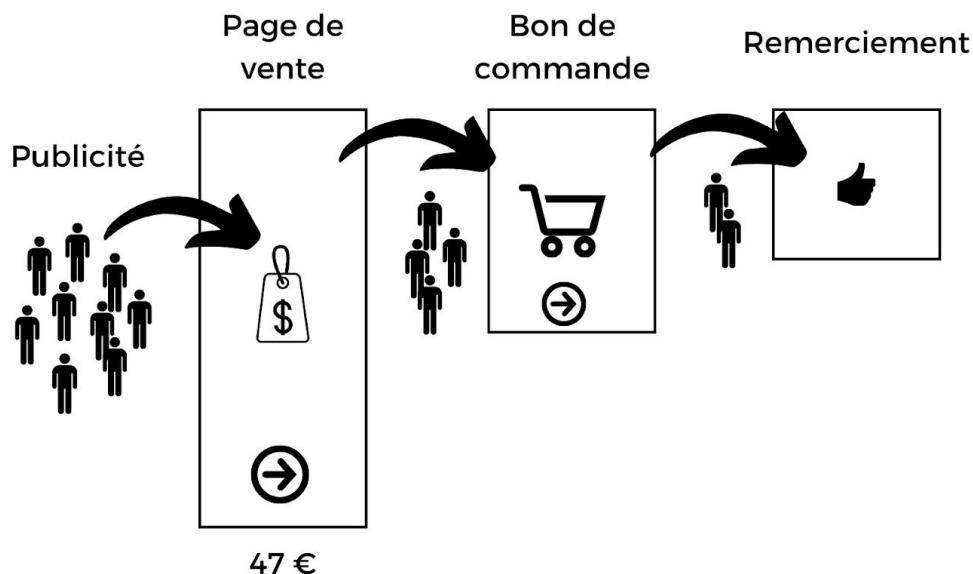
Le tunnel de vente classique.

- une publicité ou un lien dans un article
- une page de vente
- un bon de commande
- une page de remerciement

Vous ne serez jamais rentable avec ce genre de tunnel de vente sur une audience qui ne vous connaît pas.

Ce tunnel peut être utilisé pour un petit produit sur une audience qui vous connaît déjà ou autrement dit sur du trafic chaud.

schéma d'un tunnel de vente simple avec un produit à 47 € :



Tunnel de vente complexe

Pour du trafic froid (qui ne vous connaît pas), il est beaucoup plus profitable de faire un tunnel de vente complexe.

Ce tunnel est construit pour choper l'attention de votre cible, de gagner sa confiance, puis d'augmenter son désir afin de la faire passer à l'action.

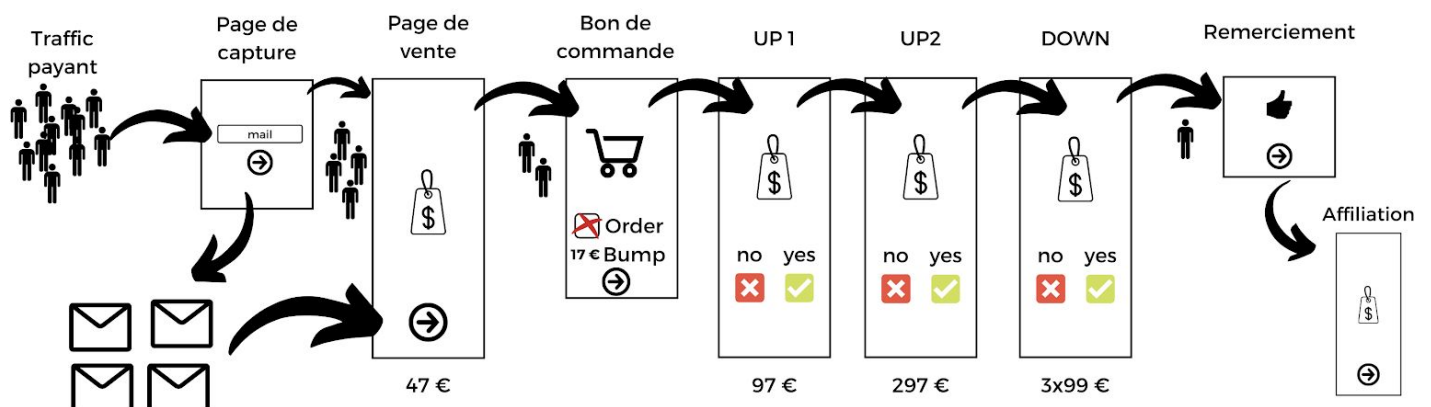
Mais au lieu de simplement vendre un seul produit ou service. Vous allez utiliser des UPSELL et de l'affiliation pour rentabiliser au maximum vos coûts d'acquisition (publicité).

UPSELL : produit proposé au client juste après la vente d'un autre produit. C'est une page de vente où il suffit que le client appuie sur oui pour être directement débité. Pas besoin de rentrer la carte bleue une deuxième fois.

affiliation : vendre le produit d'un partenaire et toucher une commission sur chaque vente allant de 10 à 70 % selon le prix du produit.

Il y a de nombreuses structures possibles pour un tunnel de vente complexe mais voici la plus utilisée :

- acquisition de trafic par de la publicité
- Landing page ou Page de capture : page qui a pour unique objectif de récupérer le mail du prospect (afin de lui proposer l'offre par mail)
- Page de vente
- Bon de commande + order bump (case à cocher sur le bon de commande pour ajouter un produit à la commande)
- UPSELL 1
- UPSELL 2
- DOWNSELL : si le prospect refuse l'upsell 2 (nous verrons plus tard quels sont les possibilités)
- Page de remerciement + lien d'affiliation vers une nouvelle offre



Vous êtes passé de 47 € à 441 € de panier d'achat maximum.

Et je ne compte même pas les mails que vous avez récupéré qui peuvent vous rapporter de l'argent sur le long terme.

Un tunnel de vente est comme une machine où vous mettez 1 € et il en ressort 10 €.

Remarque : tout ce dont je vais vous parler est réalisable avec des logiciels simples et à faible coût. Donc ne vous inquiétez pas pour le côté technologique, je vous mettrai à la fin de ce guide tous les liens nécessaires pour construire votre premier tunnel de vente !

Nous allons voir en détail chaque étape du tunnel de vente mais d'abord vous devez trouver votre thématique.

Chapitre #2 Trouver sa zone de profit

Il existe aujourd'hui des millions de niches différentes sur Internet.

Certaines de ces niches sont plus rentables ou plus compétitives que d'autres. Je crois qu'il y a une niche pour chacun, quelque chose qui correspond aux passions et aux dons uniques de chacun.

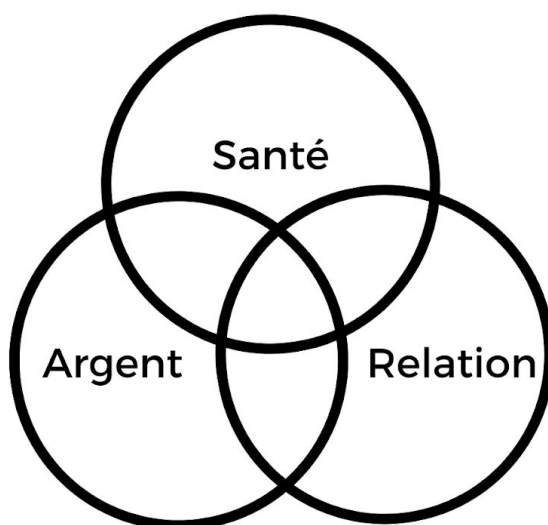
Par contre, si vous voulez vraiment gagner de l'argent en ligne, vous devez choisir une thématique qui intéresse les gens. Où certaines personnes sont prêtes à dépenser de l'argent pour résoudre un problème.

Et en vérité c'est plus simple que ce que l'on croit.

Pourquoi ?

Parce que les millions de niches sur Internet correspondent en réalité à 3 grandes niches. Ce sont les 3 désirs humains fondamentaux.

Les 3 désir fondamentaux



1. La santé

Tout le monde veut vivre en bonne santé et se sentir bien dans son corps. En fait, ce n'est même pas un désir mais une question de survie. Nous ne voulons pas être malade afin de pouvoir travailler et se nourrir. Nous ne voulons pas être obèse afin d'être attractif et se reproduire.

exemple de niche : la perte de poids, remèdes naturels contre l'arthrose, mettre fin au ronflements, le mal de dos, la musculation, comment être souple, le yoga, la méditation...

Pour : Ce qui est bien avec cette niche, c'est que la douleur du prospect peut être très élevée et il peut avoir un besoin urgent de s'en débarrasser. Ce qui veut dire qu'il passera plus facilement à l'action.

Contre : il faut faire attention, les produits de santé sont très réglementés en France, il faut donc bien faire attention à prouver tout ce qu'on dit et ne pas s'improviser docteur.

2. L'argent

Tout le monde a besoin d'argent pour vivre. C'est une nécessité. L'argent nous permet de vivre selon nos conditions.

exemple de niche : comment gagner de l'argent avec l'affiliation, comment réduire ses impôts, l'investissement en actions, les cryptomonnaies, les métaux précieux, le dropshipping et bien d'autres...

Pour : Possibilité de vendre des produits à un prix très élevé étant donné que l'on peut le justifier facilement. Si un produit permet de gagner 3000 € par mois. Il est facile de le vendre à 300 €.

Contre : Surtout dans la niche de l'investissement, il faut faire très attention à ce que l'on dit car c'est un marché très régulé en France.

3. Relations

En tant qu'être humain, nous avons tous un désir inné de nous reproduire afin de perpétuer l'espèce. Autrement dit, nous souhaitons aimer et être aimé.

exemple de niche : comment récupérer son ex, comment séduire un homme / une femme, séduire en soirée, à la plage, draguer dans la rue, trouver une copine, trouver l'âme soeur, séduire un homme/femme marié, dépasser sa timidité,

Pour : Pas de régulation. Il est donc plus facile de créer un argumentaire de vente avec une histoire par exemple.

Contre : Certaine régie publicitaire n'aime pas la séduction comme par exemple Facebook et il y a des risques de se faire bannir.

Un produit peut se situer dans 2 voire 3 niches.

exemple :

- la perte de poids pour les femmes se situe dans la niche de la santé et des relations. Les femmes font très attention à leur silhouette car c'est ce qui leur permet premièrement de séduire et donc de se reproduire.
- La loi de l'attraction permet d'attirer l'argent, l'amour et la santé. Ce marché se situe donc dans les 3 niches.

- La méditation permet d'être plus calme et plus confiant mais permet aussi de vivre plus longtemps et d'améliorer son système immunitaire. La méditation se situe donc dans la santé et les relations.

Une idée en or

Maintenant que vous avez choisi votre marché, vous devez trouver un produit que les gens seraient prêt à payer pour l'obtenir.

Pour cela, rien de plus simple, vous devez naviguer sur le net et regarder ce que les gens disent ou cherchent.

Quelques idée pour mener l'enquête :

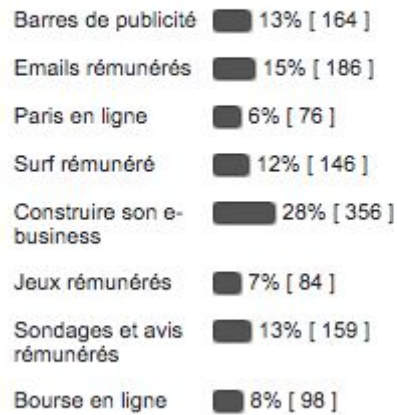
- voir sur les forum les sujet les plus vu (exemple : forum doctissimo ou marketing)
- voir les ebook best seller amazone et lire les avis client pour voir ce qui plait au gens
- fouiller dans les groupes facebook et repérer les post qui suscitent le plus d'intérêt
- chercher sur youtube les vidéo les plus vu dans votre thématiques et lire les commentaire pour comprendre les problematique de votre client idéal.

Voici quelques exemples concrets.

Sur le site planetargent.forumactif.com, on peut voir dans ce sondage que les gens pensent que le meilleur moyen de gagner de l'argent sur internet est de monter un e-business.

Sondage

Selon vous, quel est le meilleur moyen pour gagner de l'argent sur internet ?

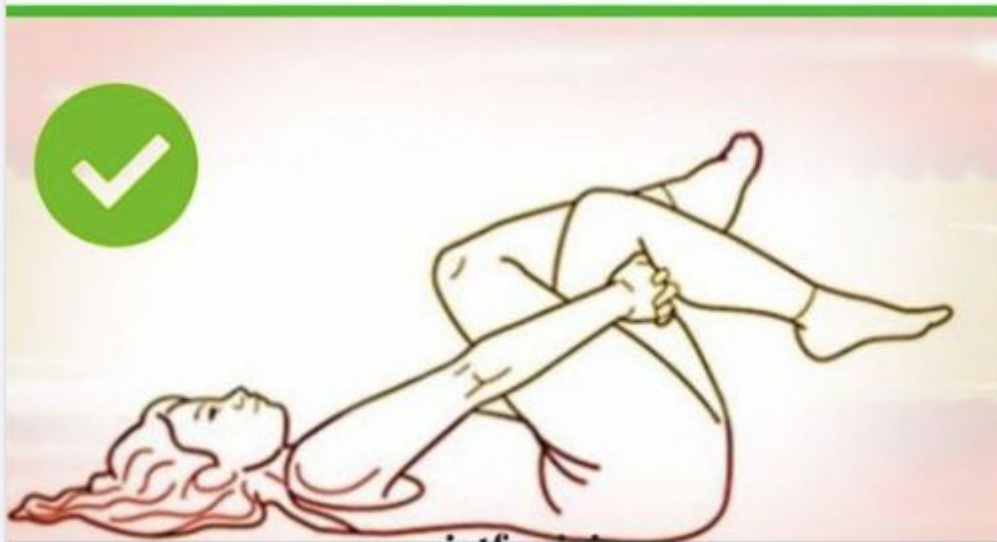


Total des votes : 1269

On pourrait dès lors penser à un produit qui montrerait comment créer une boutique en ligne ou construire des tunnels de ventes.

Autre exemple : sur le groupe Santé Nutrition sur Facebook, on voit que le sujet du nerf sciatique (bas du dos) crée beaucoup d'intérêt chez les gens.

Voici comment soulager la douleur du **nerf sciatique** coincé



634

185 commentaires 346 partages

Cela se voit car le nombre de partage et de commentaires est très élevé par rapport au nombre de likes. L'audience est extrêmement engagée.

Là, un produit pour soulager les douleurs du bas du dos serait parfait.

Maintenant allons voir sur le forum doctissimo.

Dans la catégorie des problèmes de peau, on remarque par exemple que l'acné soulève bien plus d'intérêt que les allergies et l'eczéma.

Si vous vous y connaissez en remèdes naturels contre ces conditions, vous choisirez donc un produit accès sur l'acné et non l'eczéma

Peau – muqueuses – cheveux			
	Acné, psoriasis et problèmes de peau Acné Eczéma Psoriasis	406 596	19/01/2021 à 14:58 par FAUSTA02
	Allergies et eczéma	95 473	18/01/2021 à 19:22 par ESmelof
	Calvitie et perte de cheveux	355 891	19/01/2021 à 11:39 par Zaldun
	Mycoses	64 861	18/01/2021 à 14:22 par Lisa16_06
	Poux et lentes	7 857	08/01/2021 à 13:17 par Chokito
Prévention			

Chapitre #3 : Devenir un rentier de l'emailing avec la LP

Comment gagner 3 SMIC avec 1 seul mail

Acquérir du **lead** (adresse email) est primordiale dans un business en ligne.

La liste email est comme un capitale que l'on fait grossir petit à petit.

Imaginez avoir une liste de 10 000 personnes qualifiées dans la niche de l'éducation canine par exemple.

Vous créez un petit tunnel simple avec un produit à 27 €, une order bump à 9 € et une UPSSELL à 67 €.

Imaginons que le panier moyen de chaque client est de 40 €.

Vous envoyez un mail promotionnel. Il y a environ 30 % d'ouverture. Puis 15 % de clic sur le lien.

Ainsi 1500 personnes accèdent à votre page de vente dans la journée.

Ces personnes vous connaissent et certaines d'entre elles ont déjà acheté chez vous, elles vous font donc plus confiance que du trafic froid par exemple.

On pourrait facilement imaginer un taux de conversion de la page de vente à 7 %.

7 % de 1500 = 105 clients x 40 € de panier moyen = 4 200 €

Vous venez de gagner 3 SMIC avec 1 seul mail.

Voici la puissance du mail marketing.

De plus, les mails ont une durée de vie illimitée. 1 personne dans votre liste est un potentiel client à vie.

Vous avez un lien direct avec votre audience, pas besoin de passer par des régies publicitaires.

Sans compter que l'email marketing permet de rentrer en communication directe avec vos prospect, vous pouvez ainsi construire une relation en leur racontant des anecdotes ou en leur donnant des conseils gratuits.

Là, vous pourrez vous dire, "c'est bien beau mais comment avoir une liste email de 10 000 personnes en partant de zéro ?"

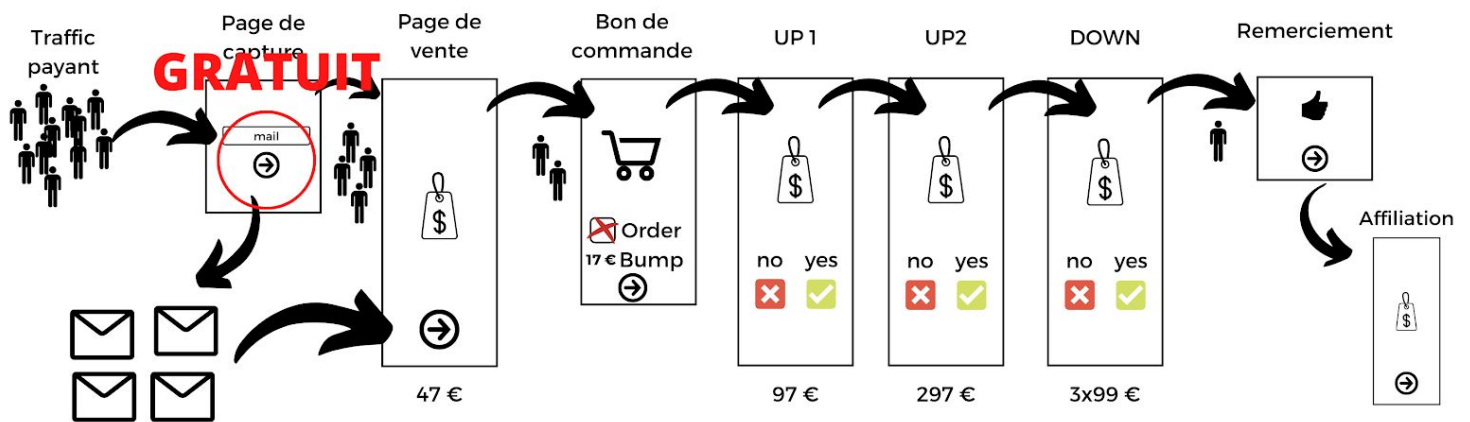
2 techniques pour avoir 100 leads gratuit par jour

1. Le tunnel ultra-rentable : Comme je vous l'ai montré tout à l'heure, un tunnel de vente bien construit peut vous permettre d'avoir un ROI (retour sur investissement) de x3 à x7

exemple : vous payez 100 € de publicité. Vous gagnez 500 €.

Sachant que le coût par lead varient selon la niche et la saison de l'année, vous pourrez obtenir le lead entre 0,70 et 1,50 €

Avec 100 € de pub, vous obtiendrez environ 100 lead par jour... Tout en faisant du bénéfice !



100 lead par jour, c'est 3000 adresses mail par mois.

En 3 mois, vous avez une liste de 10 000 personnes.

2. l'astuce des 100 % pour avoir du lead sans payer de publicité.

Habituellement sur les plateformes d'affiliation ou autrement dit Marketplace en anglais, les commissions pour l'affilié vont de 30 à 70 %.

En France, les affilié peuvent avoir des difficulté à trouver de bonne offres qui correspondent à leur besoin.

Cette technique est simple : vous postez un petit produit digital à moins de 100 € sur une plateforme d'affiliation et vous réglez la commission pour l'affilié à... 100 %

Tel des animaux attendant leur repas, ils vont tous se jeter sur votre offre et envoyer du trafic dessus.

Ensuite vous mettez un formulaire pour rentrez son mail dans la page de vente afin que vous puissiez récupérer le lead.

En échange du mail de la personne, vous lui donnez l'accès au bon de commande sécurisé.

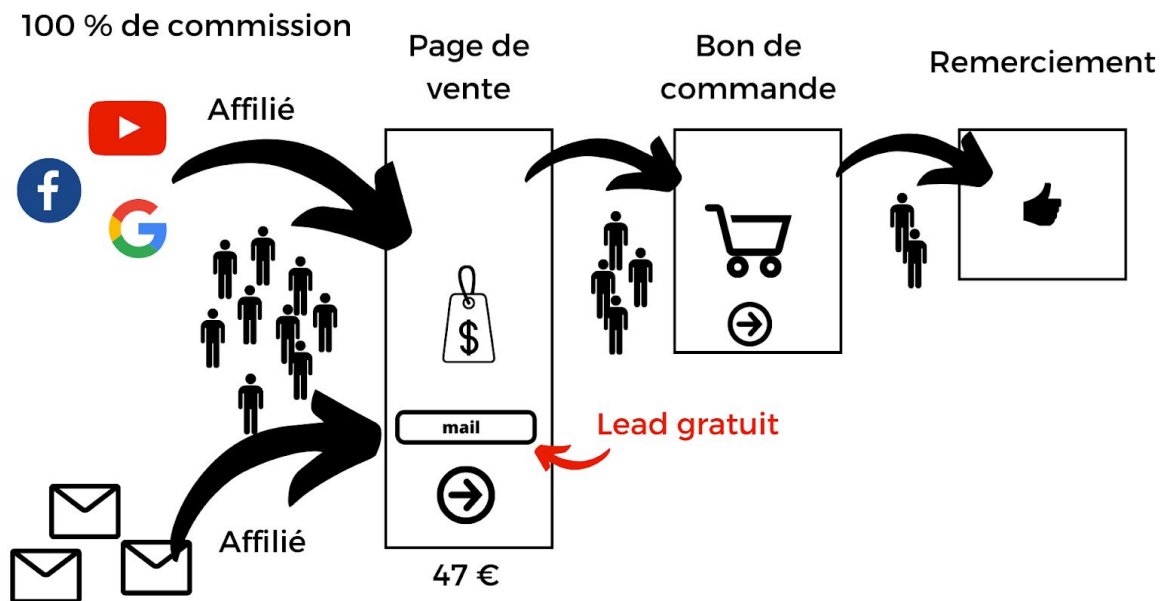
Comme ceci :

Seulement 7 euros !

Entrez votre email ici...

Entrez une adresse email valide

REJOINDRE LE PROGRAMME



Maintenant, nous allons voir comment construire une page de capture.

Les bases d'une page de capture

La LP (landing page) ou autrement dit la page de capture est la première étape du tunnel de vente.

Comme son nom l'indique, elle sert à capturer l'email de vos visiteurs.

C'est une page simple qui attire l'attention du visiteur.

Il n'a que deux possibilités : rentrer son mail ou partir.

Elle contient au minimum :

- Une phrase d'accroche qui contient votre offre, et / ou le bénéfice quantifiable de ce que vous apportez.
- Un formulaire pour capturer l'email et le prénom de la personne.

Elle peut aussi contenir :

- une liste à puces (bullet point) qui résume les arguments (les bénéfices)
- un visuel attractif pour illustrer votre offre.

Quand le visiteur arrive sur cette page il doit comprendre rapidement :

- Quel sera le bénéfice pour lui, de donner son email ?
- Que recevra-t-il en échange de cet email ?

Rappelez-vous que l'argent est dans la liste ! D'où l'importance de capturer l'email de vos visiteurs dès le début.

Voici un exemple classique de landing page :

EXCLUSIF : Au lieu de vendre des colliers pour chiens, j'ai créé mon propre produit qui rapporte 20000€ par mois

Et comment vous pouvez copier ma stratégie pour obtenir les mêmes résultats, peu importe votre niveau en marketing

Entrez votre adresse email pour un accès immédiat :

Email

CLIQUEZ ICI

Titre : Accrocheur, incongrue, curieux, bénéfice chiffré

enlever l'objection du prospect

Appel à l'action clair

formulaire

bouton

En général, une bonne landing page convertit entre 30 et 50 %.

Ce qui signifie que sur 10 personnes qui verront votre page de capture, 4 laisseront leur mail en moyenne.

Après, c'est une moyenne, cela dépendra de votre niche et de la qualité de votre page.

Maintenant, nous allons analyser 3 LP différentes et nous allons voir pourquoi elles sont efficaces.

Dissection de 3 LP qui marchent

1. La lettre d'information gratuite.

Je vous invite à lire cette page puis vous verrez la même page avec mes analyses

Recevez Recevez gratuitement La Lettre PureSanté

 Adresse email

Je m'inscris

PureSanté est une **lettre d'information gratuite et indépendante** qui publie en temps réel les nouvelles découvertes de la médecine naturelle validées par la recherche scientifique.

Pratique et concrète, **PureSanté** vous aide dans la vie de tous les jours :

- ✓ A faire vos courses en comprenant ce qui se cache derrière les étiquettes volontairement illisibles
- ✓ A essayer des remèdes auxquels vous n'auriez peut-être jamais pensé ou des recettes millénaires issues de traditions fascinantes
- ✓ A faire **les tous petits changements dans votre vie quotidienne**, presque insignifiants, qui auront pourtant des conséquences déterminantes sur votre santé dans 10 ou 20 ans.

Cancer, cholestérol, maladies chroniques, dépression, ménopause, problèmes respiratoires : ne ratez aucune révélation utile pour votre santé et **ne lisez que ce qui en vaut vraiment la peine**.

Inscrivez votre adresse email ci-dessus et cliquez sur « Je m'inscris » pour découvrir la lettre PureSanté – c'est gratuit.

 Adresse email

Je m'inscris

La lettre PureSanté est un service d'information de SNI Editions.

www.santenatureinnovation.com

[Politiques de confidentialité](#)

Tiré du site : <https://leads.pure-sante.info/migration-adv-purst/>

Maintenant analysons cette page de capture :

Recevez Recevez gratuitement La Lettre PureSanté

Gratuit donc
attractif

@ Adresse email Je m'inscris 1er formulaire

PureSanté est une lettre d'information gratuite et indépendante qui publie en temps réel les nouvelles découvertes de la médecine naturelle validées par la recherche scientifique. nouveauté Rappel de la gratuité + se met du côté du prospect preuve scientifique

Pratique et concrète, **PureSanté** vous aide dans la vie de tous les jours : bénéfice concret qui va être listé

✓ A faire vos courses en comprenant ce qui se cache derrière les étiquettes volontairement illisibles petite conspiration + bénéfice concret

✓ A essayer des remèdes auxquels vous n'auriez peut-être jamais pensé ou des recettes millénaires issues de traditions fascinantes curiosité facile

✓ A faire les tous petits changements dans votre vie quotidienne, presque insignifiants, qui auront pourtant des conséquences déterminantes sur votre santé dans 10 ou 20 ans. importance capitale

Cancer, cholestérol, maladies chroniques, dépression, ménopause, problèmes respiratoires : ne ratez aucune révélation utile pour votre santé et **ne lisez que ce qui en vaut vraiment la peine**. danger

Inscrivez votre adresse email ci-dessus et cliquez sur « Je m'inscris » pour découvrir la lettre PureSanté – c'est gratuit. Appel à l'action clair

@ Adresse email Je m'inscris 2ème formulaire

La lettre PureSanté est un service d'information de SNI Editions.

www.santenatureinnovation.com
Politiques de confidentialité

Mention légales et nom
de société (sécurisé)

Si vous avez bien lu, vous avez remarqué que le mot Recevez est répété au début de la page. Pourtant je sais de source sûre que cette page converti à merveille. Pourquoi ?

Grâce à tous les petits détails de persuasion que j'ai relevés ci dessus.

Habituellement, les LP sont courtes avec un titre et un formulaire. Mais comme on a pu le voir, il est parfois préférable de mettre plus de texte.

De plus cette LP ne propose pas d'accéder à une autre page mais donne l'accès à une "lettre d'information" qui est en réalité une newsletter.

2. La LP simple

Là encore lisez cette page sans mes analyses.



La **FORMULE** **YT**

**Offre limitée : si vous êtes en France, vous
pouvez gagner jusqu'à 3000€ grâce à
YouTube**

Entrez votre adresse email pour découvrir comment faire
dans cette présentation gratuite :

jeanlalou6@gmail.com

Je veux découvrir la méthode →

 Je déteste les spams. Vos informations sont 100% confidentielles et protégées.

Avec analyses :

mieux que méthode
La **FORMULE** **YT**

Titre du
produit

qualification du prospect
Offre limitée : si vous êtes en France, vous
rareté
pouvez gagner jusqu'à 3000€ grâce à
bénéfice clair et chiffré **YouTube**

Appel à l'action relié
au bénéfice (faites
cela pour bénéfice)

Entrez votre adresse email pour découvrir comment faire
dans cette présentation gratuite :

le mot gratuit éveille du désir

jeanalou6@gmail.com

formulaire

Je veux découvrir la méthode →

Bouton +
curiosité

 Je déteste les spams. Vos informations sont 100% confidentielles et protégées.

sécurité + rassurer le prospect

Petite remarque : le simple fait de mettre un cadenas en dessous du bouton augmente la conversion et pourtant ce n'est qu'un symbole. Ça ne veut rien dire de concret mais psychologiquement, ça fonctionne.

3. La LP bullet list

Lisez cette page :

Démarrez Une Activité Viable Et Lucrative Sur Internet D'Ici Les 15 Prochaines Minutes...

...sans être un spécialiste en informatique ni quelqu'un d'ultra créatif!

Vous allez découvrir de l'autre côté de cette page:

- **Comment créer votre premier site Internet en 3 clics** – Je vous montrerai à l'écran la manière la plus facile d'installer votre site Internet en moins de 5 minutes!
- **Choisir un marché avide d'acheteurs** – Je vous présenterai les 3 secteurs ayant le plus de potentiels pour la vente de produits d'information et 43 autres sujets potentiel sur lesquels vous pourrez vous concentrer.
- **Comment créer un produit irrésistible qui vend** – Je vous montrerai les 6 types de produits que vous pouvez créer et les étapes fondamentales à suivre pour compléter votre projet que vous soyez créatif ou pas!
- **Comment faire connaître votre produit à tout le monde** – Je vous montrerai les 5 manières d'inonder votre site internet de trafic.
- **Les 4 meilleures façons de faire de l'argent avec votre site Internet** – Je vous montrerai les 4 autres méthodes qui me permettent de gagner suffisamment d'argent pour ne plus avoir à travailler pour personne.
- **Et beaucoup plus!**

Entrez tout simplement votre prénom et votre email – Cliquer sur le bouton **"Continuer"**.

Entrez votre prénom...

Entrez votre email...

Continuer...

 Votre email demeure 100% confidentiel.
Désinscription possible en tout temps.

Toute reproduction, distribution ou modification partielle ou complète de ce site internet et des documents s'y afférant est formellement interdite. Ce site internet et tout son contenu sont protégés par les lois sur la protection des droits d'auteurs et de la propriété intellectuelle pour tout pays. L'auteur se réserve le droit de réclamer des dommages et intérêts si ces termes ne sont pas respectés.

[Condition d'utilisation](#) | [Politique de confidentialité](#) | [Affiliation](#) | [Contact & Support](#)

Copyright © La Nouvelle Opportunité. Tous droits réservés.

Mon analyse :

Bénéfice +
rapide +
chiffre précis

lever 2 objections
du prospect

bénéfice rapide et
précis + facile

chiffre précis qui
augmente la
crédibilité

Démarrez Une Activité Viable Et Lucrative Sur Internet D'Ici Les 15 Prochaines Minutes...

sans être un spécialiste en informatique ni quelqu'un d'ultra créatif!

Vous allez découvrir de l'autre côté de cette page:

projection dans le futur
passage à l'action

- Comment créer votre premier site Internet en 3 clics – Je vous montrerai à l'écran la manière la plus facile d'installer votre site Internet en moins de 5 minutes!
- Choisir un marché avide d'acheteurs – Je vous présenterai les 3 secteurs ayant le plus de potentiels pour la vente de produits d'information et 43 autres sujets potentiel sur lesquels vous pourrez vous concentrer.
Comment désir
- Comment créer un produit irrésistible qui vend – Je vous montrerai les 6 types de produits que vous pouvez créer et les étapes fondamentales à suivre pour compléter votre projet que vous soyez créatif ou pas! On insiste dessus pour lever l'objection
- Comment faire connaître votre produit à tout le monde – Je vous montrerai les 5 manières d'inonder votre site internet de trafic. 5 manières pour désir
- Les 4 meilleures façons de faire de l'argent avec votre site Internet – Je vous montrerai les 4 autres méthodes qui me permettent de gagner suffisamment d'argent pour ne plus avoir à travailler pour personne. appuyer sur la douleur du prospect
- Et beaucoup plus!

C'est simple

Entrez tout simplement votre prénom et votre email – Cliquez sur le bouton "Continuer".

Appel à l'action
clair et précis

Entrez votre prénom...

Entrez votre email...

Continuer...

 Votre email demeure 100% confidentiel.
Désinscription possible en tout temps.

Sécurité

Toute reproduction, distribution ou modification partielle ou complète de ce site internet et des documents s'y afférant est formellement interdite. Ce site internet et tout son contenu sont protégés par les lois sur la protection des droits d'auteurs et de la propriété intellectuelle pour tout pays. L'auteur se réserve le droit de réclamer des dommages et intérêts si ces termes ne sont pas respectés.

[Condition d'utilisation](#) | [Politique de confidentialité](#) | [Affiliation](#) | [Contact & Support](#)

Copyright © La Nouvelle Opportunité. Tous droits réservés.

Maintenant que vous avez vu comment capturer le mail de votre prospect, nous allons voir les points clés d'une bonne page de vente.

Chapitre #4 : Transformer un inconnu en client en quelques minutes

Beaucoup de personnes pensent que le marketing, c'est le mal.

Et je suis d'accord que le mauvais marketing est insupportable.

Mais en vérité une bonne page de vente n'est pas brutale, au contraire.

C'est comme si vous teniez par la main votre prospect et que vous lui fassiez une visite guidée de votre offre.

Vous lui racontez une histoire, lui parlez de vos découvertes, de vos difficultés et de vos réussites. Vous lui parlez de votre produit et comment il pourrait l'aider.

L'offre VS le produit

Une des problématiques de la vente est de se distinguer de ses concurrents.

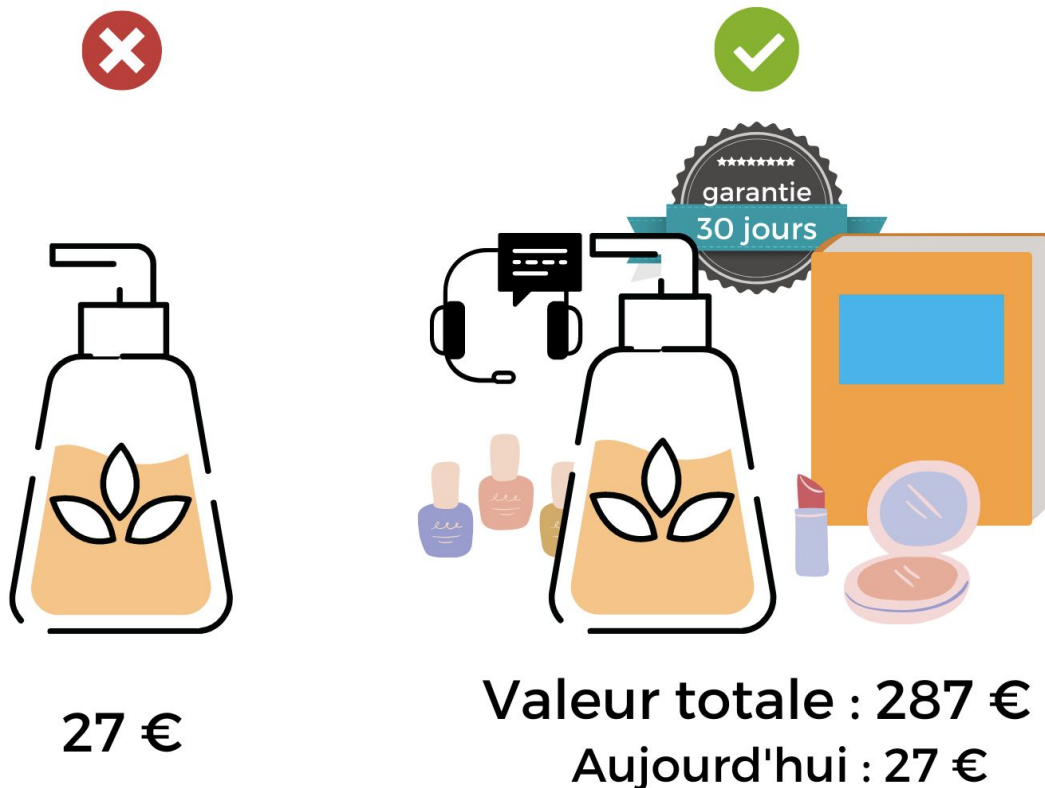
Car si j'arrive vers vous en vous pitchant un ebook pour perdre du poids, vous allez me dire d'aller voir ailleurs car vous avez déjà vu des centaines de fois ce genre de produit.

Regardez la différence :

Produit : *“ Je vous donne un ebook de 70 pages pour vous apprendre à perdre 7 kilos en 3 semaine pour 15 €”*

offre : *“Je vous donne un guide de nutrition pour vous faire perdre 7 kilos en 3 semaines d'une valeur de 47 €. Plus une liste de 33 aliments dangereux pour votre santé d'une valeur de 17 €. Plus un dossier avec 57 recettes saine et délicieuse pour perdre du poids tout en prenant du plaisir d'une valeur de 17 €. Plus un accès illimité à un support client 24h sur 24 d'une valeur de 17 € pour vous aider à avoir des résultats plus rapidement. Tout en ayant une garantie de remboursement de 30 jours. Pour une valeur totale de 98 €. Mais aujourd'hui et pour une durée limitée, vous allez pouvoir tout obtenir pour seulement 15 €.”*

Là, vous êtes déjà plus intéressé non ?



Au-delà de rendre votre offre désirable, **cela la rend surtout unique !**

Vous êtes donc en monopole, ce qui veut dire : plus de profits pour vous.

Lorsque vous construisez votre tunnel, vous devez créer une **offre irrésistible**.

Pour cela voici quelques éléments :

- **des bonus gratuits** (3 est un bon chiffre)
- une **garantie de remboursement**, à vous de déterminer la durée selon le produit que vous vendez
- de **l'urgence** (toujours justifié)
- des **bénéfices** clairs et désirables, rappelez-vous, vous ne vendez pas un produit mais un résultat !
- Peu ou beaucoup de **storytelling** (histoire émouvante, anecdotes) pour sympathiser avec le prospect et lui faire vivre des émotions
- une **rareté**, exemple ; stock limité, place limité, etc
- **Value stacking** : si vous voulez vendre un produit à 47 €, il faut que la valeur perçue de votre offre soit de 500 € environ. Multiplier par 10 est un bon chiffre.

La page de vente peut être sous format textuelle ou vidéo.

Je vous conseille personnellement de commencer avec un texte car il est plus facile de le corriger puis, lorsqu'il a fait ses preuves de le mettre sous format vidéo.

Anatomie d'une page qui vend en 11 points

Toutes les statistiques cités ci-dessous viennent du site PPTPOP.com

1. Le titre

"80 % des lecteurs ne passent pas le titre"

Le titre est l'élément LE plus important de votre page, parce qu'il doit résumer en 1 phrase pourquoi le prospect doit lire votre page. Il est aussi recommandé d'utiliser un sous titre mais pas toujours.

Pour cela utilisez des formules qui sont prouvés :

- Comment (désir en X temps) sans (douleur lié au désir)
- exemple : Comment perdre 7 kilos en 4 semaines SANS vous priver de vos plats préférés.
- LE (curiosité) pour (désir) même si / sans / peu importe (objections)
- exemple : LE métal précieux oublié qui pourrait vous rapporter 100, 300 voire 500 % de gains même si vous n'avez jamais investi de votre vie.
- est ce que vous avez / êtes déjà (désir) ? Si la réponse est oui...Alors, vous pouvez quitter cette page. Si la réponse est non et que voulez (désir synonyme) alors lisez ce court message tant que (urgence)
- exemple : Êtes vous avec l'homme de votre vie ?
Si la réponse est oui... vous pouvez quitter cette page.
Si la réponse est non et que vous voulez le rendre fou amoureux de vous...
Alors lisez ce court message tant qu'il est encore en ligne.

2. Appuyer là où ça fait mal

“95 % des décisions d'achat sont faites par le subconscient”

Quel est la raison numéro 1 lorsque l'on achète un produit ou un service ?

C'est que l'on pense que ce produit ou ce service va résoudre notre problème.

Si il n'y a pas de problème alors il n'y a pas de solutions et donc pas de produits.

Vous n'avez pas le choix. Avant de présenter votre solution, vous devez lui montrer qu'il y a un problème à résoudre. Et pour cela vous devez appuyer là où ça fait mal.

exemple de structure :

- Vous en avez assez de...
- Vous avez tout essayé mais aucun résultats
- Quelque Chose vous empêche de (désir)
- Vos proches / ou et des personnes vous rejettent.
- etc

exemple concret :

- Vous en avez assez que votre femme vous dise de dormir sur le canapé parceque vos ronflements sont devenus insupportable ?
- Vous avez peut-être déjà essayé l'affiliation, le dropshipping, faire du coaching mais au bout du compte...Vous avez juste perdu de l'argent.
- Même quand vous portez vos c***** et que vous l'abordez. Le résultat est le même... Elle vous ignore et passe son chemin.
- Votre mari ne vous regarde plus de la même façon depuis que vous avez passé la trentaine.

Après avoir parlé du problème, vous pouvez vous présenter.

Car vous pouvez dire *“je sais que ce que c'est, je suis passé par là il y a 5 ans...”*.

3. Se présenter

On aime ce qui nous ressemble.

Si je sais que vous avez eu mon problème et que vous l'avez réglé alors je suis bien plus enclin à acheter votre produit.

exemple : Bonjour je m'appelle Xavier et il y a 4 ans j'étais exactement comme vous. Je n'arrivais pas à (désir du prospect), j'avais (douleur du prospect).

4. Eduquer le prospect

"74 % des acheteurs choisissent en premier l'entreprise qui a apporté de la valeur"

Vous devez éduquer votre prospect à travers votre page de vente.

Vous ne devez pas simplement lui dire qu'il a un problème mais aussi POURQUOI il a CE problème.

Si vous êtes capable d'expliquer les sources d'un problème alors on pensera naturellement que vous détenez la solution.

C'est ce qui s'appelle **l'effet du "diagnostic"**.

Le problème ne vient jamais du prospect mais de quelqu'un d'autre.

C'est le moment parfait pour installer un peu de conspiration et de désigner le camp du bien et du mal.

Attention : ne diffamer jamais personne gratuitement. Vous devez toujours prouver ce que vous dites ou alors rester vague dans vos accusations.

quelque exemples :

- Si vous n'avez pas réussi à gagner de l'argent en ligne, c'est parce que vous n'avez pas eu les bonnes méthodes. Certains gourous du

net vous disent qu'il suffit d'appuyer sur un bouton pour devenir riche mais ce n'est pas la réalité.

- Il est normal que vous n'arrivez pas à perdre du poids parce que votre objectif n'est pas le même que celui des industries alimentaires ! Depuis 1975, notre consommation de sucre s'est multipliée par... 17 ! Et vous pensez vraiment que les géants alimentaires n'ont rien à voir la dedans ? (je l'ai inventé celui-là mais c'est pour vous montrer l'idée)

Rappelez vous : Ce n'est JAMAIS la faute du prospect. Vous devez absolument lui dire que ce n'est pas de sa faute sinon il sera braqué. C'est toujours la faute de quelqu'un d'autre.

La vente est une sorte de bataille. Vous combattez au côté de votre prospect contre un ennemi commun.

4. L'offre.

Maintenant que vous avez appuyé sur la douleur, que vous avez raconté votre histoire, que vous avez justifié les échecs de votre prospect, vous allez lui présenter la solution.

Et cette solution, c'est votre offre.

Elle se présente comme ceci :

- produit principale avec un visuel
- Bullet point (liste à puces des bénéfices)
- Valeur
- Bonus 1 avec un visuel
- bénéfice
- Valeur
- Bonus 2 avec un visuel
- bénéfice
- valeur
- Bonus 3 avec un visuel
- bénéfice
- valeur
- Value stacking (calcul de la valeur totale + difficulté de création du produit + réduction)
- prix final

En voici un exemple tiré de la page de vente d'une formation qui s'appelle
Comment écrire et publier un livre en 10 jours.

Image tiré du site marketingunderground.biz

VOICI UN ÉCHANTILLON DE CE QUE VOUS ALLEZ DÉCOUVRIR :



- ✓ Si vous commencez votre livre par cette simple chose, **vous avez gagné 85% de la bataille**
- ✓ Le point commun inattendu entre les **deux plus grands best-sellers de tous les temps** en développement personnel (*et comment l'appliquer à n'importe quelle thématique*)
- ✓ Si vous utilisez ce plan, **votre imprimeur n'arrivera pas à suivre la cadence des ventes de votre livre...**
- ✓ Les 5 sources de trafic pour **attirer des milliers de visiteurs vers votre livre** sans faire de publicité
- ✓ La méthode contre-intuitive qui m'a permis d'écrire **10 livres en l'espace de 4 ans**
- ✓ **Ce que j'ai vu en ouvrant ce livre** est l'erreur la plus fatale, mais aussi la plus courante des personnes qui essayent d'écrire un livre
- ✓ Ce coach business a ajouté une simple phrase au début de ses chapitres... **et son livre est devenu un best-seller mondial** (*voici comment faire la même chose*)
- ✓ **La chose oubliée par 94% des auteurs**, et qui leur a coûté leur première place sur Amazon
- ✓ **Si vous faites ça**, vous êtes certain à 100% que votre livre sera un succès avant même d'avoir écrit une seule ligne
- ✓ **Avez-vous remarqué ce petit élément que j'ai ajouté dans tous mes livres ?**
- ✓ Comment cet entrepreneur s'est servi de son livre pour vendre un **produit à 997€...**
- ✓ Mon livre n'était pas encore imprimé, et pourtant, **voici ce qu'ils ont dit sur Facebook...**
- ✓ Comment écrire un livre... sans écrire une seule ligne sur votre ordinateur
- ✓ Cette simple chose rendra votre livre si captivant que **vos lecteurs seront tristes de le finir**

VOS 3 BONUS OFFERTS

LES 5 MOTS "MAGIQUES"... POUR DOUBLER VOS VENTES EN 48H



VALEUR : 67€

Dans cette masterclass offerte, je vais vous dévoiler 5 mots...
C'est peu, vous allez me dire.
Pourtant, **ces 5 mots à eux seuls ont le pouvoir de doubler votre chiffre d'affaires !**

Et utilisés de la bonne manière (celle que je vais vous montrer) **ces 5 mots augmenteront vos ventes jusqu'à 540%.**
C'est simple, c'est efficace, et pourtant, presque personne ne le fait...

3 TUNNELS À HAUTE RENTABILITÉ



VALEUR : 57€

Des structures de tunnels, j'en ai testé des dizaines. Certaines sont efficaces, d'autres beaucoup moins. Pour la première fois, j'ai décidé de dévoiler au grand jour les **3 tunnels les plus efficaces** pour vendre n'importe quel produit.

Pas besoin de compétence technique, pas besoin de passer des heures à construire vos tunnels : je vous offre des templates prêtes à l'emploi que vous n'avez plus qu'à copier coller.

LA BOÎTE À OUTILS MARKETING UNDERGROUND



VALEUR : 47€

Est-ce que cela viendrait à l'idée à un grand menuisier de travailler avec des outils de mauvaise qualité ? **Jamais.**

Pour le business, c'est pareil. C'est pour cette raison que je vous offre un accès exclusif à la formation « Boîte à outils Marketing Underground » afin de mettre à votre disposition **les meilleurs outils.**

La plupart de ces outils sont **gratuits** et ne demandent **aucune compétence**. Et pour l'instant, seules quelques personnes bien informées les utilisent...

VOICI UN RÉCAPITULATIF DE TOUT CE QUE VOUS ALLEZ OBTENIR :



- ✓ Formation complète : *Sortir Un Livre En 10 Jours* (Valeur : 97€)
- ✓ Bonus #1 : Les 5 mots "magiques"... pour doubler vos ventes en 48h (Valeur : 67€)
- ✓ Bonus #2 : 3 Tunnels à Haute Rentabilité (Valeur : 57€)
- ✓ Bonus #3 : La boîte à outils Marketing Underground (Valeur : 47€)
- ✓ Accès aux mises à jour et suivi client

VALEUR TOTALE : 268€

Mais aujourd'hui et pour une durée limitée,
je vous propose de mettre la main sur « *Sortir Un Livre En 10 Jours* » et ses bonus gratuits
pour seulement 37€.

5. Le CTA (call to action = appel à l'action)

Une fois que vous avez présenté votre offre clairement. Vous devez mettre un bouton avec un appel à l'action clair.

exemple : "Cliquez sur le bouton maintenant pour accéder à une page de paiement sécurisé."

6. Garantie

Juste après votre premier CTA, vous pouvez mettre une garantie de remboursement. **La garantie est quasiment obligatoire pour du trafic froid (prospect qui ne vous connaissent pas)**

Attention à bien déterminer les conditions sinon vous aurez de nombreuses personnes avides qui vous demanderont des remboursements pour rien.

exemple : *“Si après avoir appliqué toutes les méthodes du programme, vous n’avez pas de résultats, alors je vous rembourse intégralement.”*

Pour la durée, à vous de voir selon votre niche. Un produit sur la perte de poids a généralement une garantie de 1 à 2 ans. Parce que les résultats se font voir sur le long terme.

L'intérêt d'avoir une longue garantie est aussi que les personnes oublient généralement qu'elles ont acheté.

7. témoignage

“88 % des personnes ont confiance dans les témoignages clients en ligne.”

Mettre des témoignages clients augmente énormément la crédibilité du produit et votre autorité.

Même si dans le fond, si 1 personne a réussi, ça ne veut pas dire que d'autres vont forcément réussir. Le cerveau humain ne fait pas la différence.

Ne dites pas *“et voici des témoignages client”*

Dites plutôt : *“voici l’avis de nos membres”*

ou : *“regardez sylvie qui a déjà gagné 2689 € grâce à cette méthode”*

Un témoignage textuel fonctionne mais le plus efficace reste le témoignage vidéo. La preuve est solide.

Et si vous n’avez pas de témoignages, ce n’est pas grave !

Vous pouvez parfaitement vendre sans témoignages clients.

Puis, lorsque vous avez vendu à suffisamment de personnes, vous leur envoyez un mail en leur demandant leur avis. Vous sélectionnez les meilleurs et voilà !

J'insiste la dessus, vous pouvez parfaitement vendre SANS témoignages client !

8. Vous avez 3 options

Maintenant vient la partie dite de “**closing**”.

Une partie de vos prospect a déjà cliqué et acheté votre produit mais pas tous. Certains sont encore hésitants ou ont des questions.

La technique des 3 options consiste à dire cela au prospect.

“Vous avez 3 options

1 : Vous ne faites rien = conséquence désastreuse de l'inaction

2 : Vous faites vous même = conséquence désastreuse de faire tout seul

3 : Vous prenez mon programme = bénéfice de temps, d'argent et on évite la douleur.”

En faisant cela, vous donnez un choix qui n'est en fait pas un vrai choix. Car il serait stupide de choisir l'option 1 ou 2.

9. FAQ (foire au question)

C'est le moment de faire disparaître les doutes et de répondre aux dernières questions du prospect.

Voici quelque exemple :

- Quand et comment je vais recevoir le programme ?
- J'ai déjà essayé (méthode similaire). Pourquoi votre méthode marcherait ?
- Ai-je besoin (condition matériel lié à la méthode) pour réussir ? (exemple : ai-je besoin d'un capital de départ pour investir ?)

En général la FAQ comporte 6 à 10 questions.

Vous devez vous mettre à la place de votre prospect pour connaître ses pensées. D'où l'importance d'un travail de recherche sur votre avatar client. Mais nous en parlerons plus tard.

Important : chaque personne pense être unique et se dira *“ca marche pour les autres mais pas pour moi”*

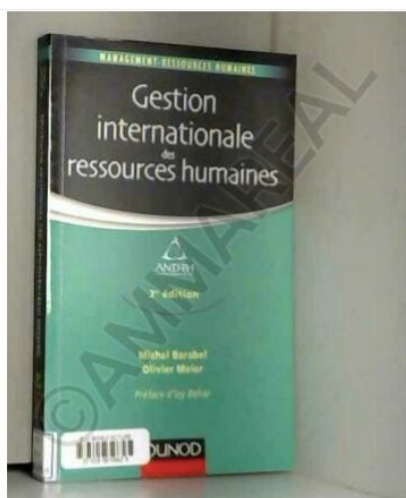
En vérité, la majorité de vos prospects auront les mêmes blocages mentaux. A vous de les trouver.

10. 3 techniques de closing surpuissantes

a. La dépense alternative : Vous montrez à la personne des produits absurdes qu'elle pourrait avoir pour le même prix.

Imaginons que vous vendez un produit à 47 € :

“Avec 47 € vous pourrez vous acheter ce magnifique livre sur les ressources humaines.”



Gestion internationale des ressources humaines - 3e édition
★★★★★ Soyez le premier à [rédiger un avis](#).

État : --

46,51 EUR

[Achat immédiat](#)

[Ajouter au panier](#)

[Ajouter à la liste d'Affaires à suivre](#)

Aucun frais de douane	Membre de longue date	Retours acceptés
-----------------------	-----------------------	------------------

Livraison : **7,00 EUR** La Poste - Courrier International Economique | [Détails](#)
Lieu où se trouve l'objet : France, France métropolitaine
Lieu de livraison : Monde entier [Afficher les exclusions](#)

Délai de livraison : Estimé entre le **ven. 29 janv.** et le **lun. 22 févr.**
Le vendeur envoie l'objet 2 jours après [avoir reçu le paiement](#).

“Ou alors vous pouvez prendre mon programme et obtenir (bénéfice)”

b. la ressource temporelle

Cette technique consiste à dire au prospect que ce n'est pas l'argent le plus important. Mais c'est le temps qu'il va gagner avec votre programme.

exemple :

“ Parce qu'au final, ces 47 €, vous allez les utiliser pour acheter autre chose, de probablement moins utile que mon programme.

Avec ma méthode, vous allez vous éviter des mois voire des années de galère. Vous allez avoir plus de temps avec votre famille et vos amis. Vous pourrez voyager et faire les activités qui vous plaisent

L'argent, ça va, ça vient... Alors que le temps, une fois qu'on l'a perdu, on ne le récupère jamais. Même un millionnaire n'a que 24 heures dans une journée. Comme vous.”

C'est une vérité universelle, le temps est la ressource la plus rare de notre existence car il est irrécupérable et il représente notre vie. L'argent est moins important que le temps.

c. Vous êtes libre

Dire simplement les mots *“Vous êtes libre”* est très puissant. car cela rappelle au cerveau qu'il peut à tout moment quitter cette page et ne pas acheter. Il est libre.

Parcequ'il y a toujours une partie du cerveau qui se dit : *“il essaye de me vendre quelque chose, il veut me forcer la main”*

Avec cette phrase, on relaxe le cerveau. Ces défenses baissent. sans pour autant mentir car en effet, la personne est libre de ne pas acheter votre produit.

exemple de phrase : *“Écoutez, vous êtes libre de ne pas prendre la méthode. Vous pouvez quitter cette page à tout moment. Vous faites ce que vous voulez. Vous avez le choix.”*

11. CTA final

Et enfin : votre dernier CTA.

En vérité sur une page textuelle, vous pouvez mettre plusieurs boutons et avoir de multiple CTA au moment de closer.

Note : Votre appel à l'action doit être clair. Aucune confusion.

exemple : “cliquez sur le bouton maintenant pour obtenir le programme.”

Chapitre #5 : L'étape clé du tunnel de vente

Après avoir cliqué sur le bouton, votre prospect va arriver sur une page dites de “bon de commande”

Vous pensez que vous avez déjà persuadé votre prospect d'acheter ?

Et bien non. Il doit encore rentrer la carte bleue.

Un bon de commande efficace convertit à 30 %. Car certaines personnes cliquent sur le bouton mais ne vont pas au bout. C'est pourquoi il est primordial de bien construire cette page.

Comment ne pas faire fuir un client potentiel

Start your Enjoy plan today

John	Nice to meet you!
Doe	Great name!
johndoe@gmail.com	You're on a roll!
*****	Mum's the word!

☐ Credit card ☐ PayPal

Card number

Expiration date (MM/YYYY) CVC/CVV

Postal code United States of America

Enjoy Plan Payment

You'll be charged \$59.00 per year starting 2 March 2017. Your subscription will automatically renew annually on a recurring basis. You can cancel at any time on your Settings page.

Subscribe now

Enjoy – The visual communication power of Prezi, plus:

- ✓ Create, collaborate and present on prezi.com
- ✓ Make your presentations private
- ✓ Get support from experts whenever you need it
- ✓ Replace the Prezi logo with your own
- ✓ 4 GB storage
- ✗ Work offline with Prezi for Windows/Mac
- ✗ Attend advanced Prezi training (English only)

Enjoy Plan (1 year):	\$59.00
Total billed on	
2 March 2017	\$59.00
We will remind you 2 days before your trial period ends	
Total billed NOW:	\$0.00

Need to work offline with Prezi for Windows/Mac?
[Start your 14 day free trial of Pro](#)

Get Prezi for your team or entire organization.
[Learn more.](#)

Voici les éléments obligatoires d'un bon de commande :

- rappel de ce que le prospect va obtenir
- le prix
- un formulaire pour entrer au minimum son email
- un formulaire de paiement par carte bleue et/ou par paypal
- un bouton de validation

Voici des éléments que vous pouvez ajouter pour améliorer la conversion :

- un témoignage client en dessous du bouton de validation
- un rappel du format du produit (digital ou physique)
- un rappel de la garantie
- un rappel de l'urgence avec un timer
- une mention “  bon de commande sécurisé” en vert pour mettre en confiance le prospect

Si tout se passe bien, après le paiement, vous avez un nouveau client...
Félicitations !

Le bon de commande est aussi le moment parfait pour proposer un produit complémentaire afin d'augmenter de 10 à 30 % votre panier moyen.

La magie de l'order bump

L'order bump ressemble à ça :

 ☐

OUI ! Je veux ajouter le Petit Livre Noir de Wall Street à ma commande !

Le Petit Livre Noir de Wall Street (seulement 27€) : Les banques sont des entreprises MAFIEUSES. Elles cherchent désespérément à vous garder dans leurs filets. Et pour ce faire, elles utilisent un jargon complexe, des systèmes développés pour qu'on ne s'y retrouve plus. Les PROS de la finance ont compris qu'il fallait comprendre les rouages secrets de Wall Street pour prendre les meilleures décisions pour SON argent. Le Petit Livre Noir de Wall Street est un livre COMPLET et rédigé SIMPLEMENT avec des exemples précis pour vous aider à y voir plus clair dans la jungle des placements financiers. Vous serez en mesure de COMPRENDRE et de VOIR comment faire pour détecter automatiquement les meilleurs placements faits POUR VOUS grâce à une marche à suivre CLÉ EN MAIN. Ce livre est normalement vendu 129€ mais vous pouvez l'obtenir pour SEULEMENT 27€ ici. Cochez la case pour l'ajouter à votre commande.

Il est situé en général, entre le bouton de validation et le formulaire pour rentrer sa carte bleue.

C'est l'avant dernière étape avant de valider le paiement. LE meilleur moment pour faire une deuxième vente avec le même prospect.

Un bon bump peut convertir à 30 %. Après cela dépend du prix et de votre niche.

Le bump doit avoir du sens. Votre prospect doit avoir envie de le prendre.

Exemple : le bump de SNCF, ou l'on vous propose une assurance anti retard pour 2,79 €.

The screenshot shows the SNCF website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Menu', 'Me connecter', and 'Mes commandes'. The main header features the 'Oui SNCF' logo. Below this, a status message indicates the ticket price is guaranteed until 21:28. The ticket details show a route from 'Gare De Lyon (Paris)' to 'Grenoble' for 'le mer, 23 janv. à 11:41' for '1 passager'. The price is '45,00 €'. There's a 'Détails et placement' link. Below the ticket details, there's a section for 'Conditions tarifaires' with 'Passager 1' and 'Aller : TGV Prem's'. The main section is titled 'Vos services (1/2)' and contains an offer for travel insurance. The offer is titled 'Assurer votre voyage Paris → Grenoble' with a 'Passer cette étape' link. A message states: 'Vous avez sélectionné un billet non échangeable et non remboursable : pensez à vous assurer.' The insurance option is 'Garantie ANNULATION et TRAJET PERTURBÉ' by Allianz, priced at '+ 2,79 €'. It includes two benefits: 'Billet 100% remboursé si vous devez annuler en cas d'imprévu.' and 'Versement de 50€ par personne en cas de train supprimé ou manqué.' A note at the bottom states 'Le TER n'est pas couvert par cette assurance.'

Quelques idées

Voici quelques idées faciles à dupliquer pour votre bump :

- Un format différent du produit. exemple : une version audio de l'ebook que vous vendez. Ou un format PDF si vous envoyez un livre papier (très efficace)

- Vous pouvez proposer un produit “done for you” (fait pour vous).
exemple : Si c’est un programme pour réussir les entretiens d'embauche, vous pouvez proposer des templates (modèle) de CV efficaces.
- Un produit complémentaire. Exemple : vous vendez un programme pour faire disparaître l'acné, vous pouvez proposer une crème naturelle.

L'order bump inversé

Vous pouvez aussi faire l'inverse et donner gratuitement un cadeau à votre prospect !

Vous faites une order bump avec un tarif de 0 €.

Et vous dites cela : *“si vous commandez maintenant le programme, vous aurez en plus, ce cadeau gratuit “*

Je n’ai pas les statistiques, mais cela risque grandement d’augmenter le taux de conversion de votre bon de commande. Car le prospect n’est pas habitué à ça. Sur absolument tous les sites marchant, on fait payer plus sur le bon de commande et là, c’est l’inverse !

Vous créez une vraie relation avec votre client car vous lui montrez que vous voulez vraiment l’aider.

Chapitre #6 Augmenter son CA de 327 %

La plupart des entreprises s'arrêtent à la moitié du chemin. Le client vient, achète puis s'en va.

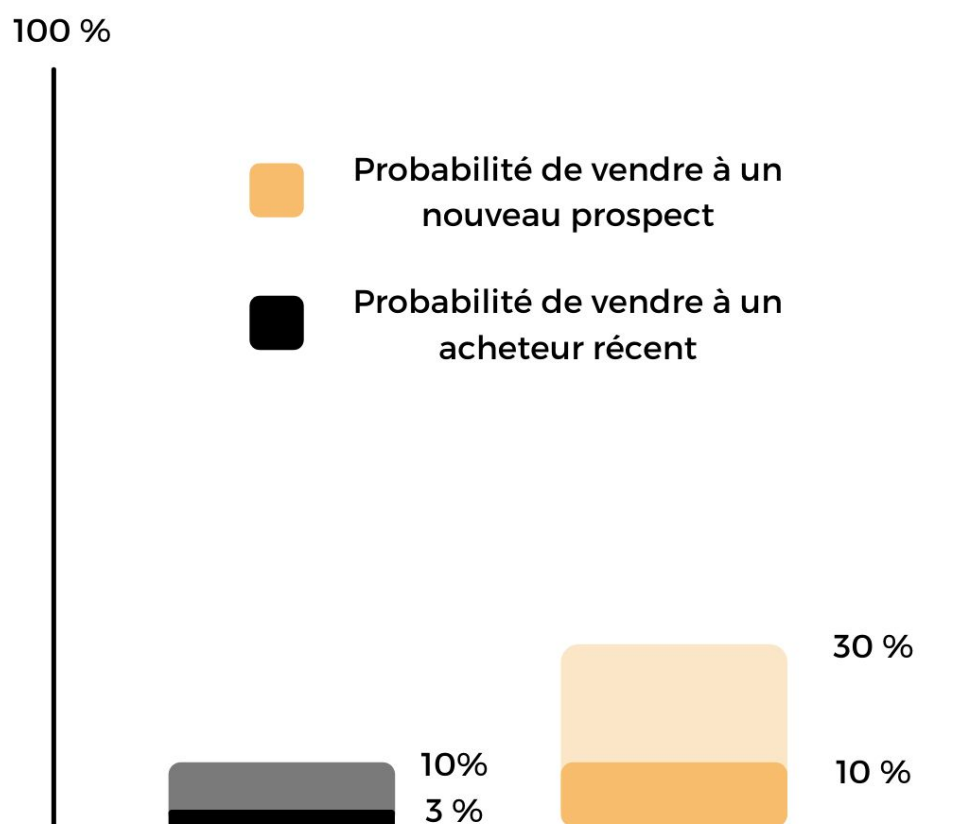
Mais pourquoi ne pas vendre un deuxième produit lorsque le client vient d'acheter ?

C’est le meilleur moment. Le client est dans l’action.

Nous allons donc mettre une deuxième page de vente face au client. C'est ce qui s'appelle une UPSELL.

La puissance de l'UPSELL

En général, sur du trafic froid, votre page peut convertir de 3 à 10 %. Alors que sur les pages d'upsell, la conversion est de 10 à 30 %. Ce qui est environ 5 fois plus !



Le client a juste à appuyer sur le bouton oui pour payer. Pas besoin de rentrer sa carte bleue une deuxième fois.

Et ne vous inquiétez pas, vous n'avez pas besoin d'être un développeur web pour faire cela. De très bon logiciel intuitif permettent de construire des tunnels de vente à un prix ridicule comparé au potentiel bénéfice.

A la fin de ce guide, vous aurez un chapitre "*outil et liens utiles*" avec tous les liens nécessaire et meme des vidéo tuto pour construire votre premier tunnel !

Vous allez profiter du fait que le client a passé commande pour lui proposer une offre plus chère que celle que vous venez de vendre, à un tarif préférentiel pour les nouveaux clients.

Voici un exemple d'UPSELL (en anglais)

An upsell banner for Paleo Sweets. It features a yellow header with the text "IMPORTANT: YOU'RE ONLY GOING TO SEE THIS PAGE ONCE". Below this, the main text reads "Wait! Customize Your Order (Order Step 3)" and "Do not press the back button, as it can cause issues with your order." The central offer is "GET OVER 500 MOUTH-WATERING PALEO RECIPES WITH OUR ULTIMATE PALEO COOKBOOK BUNDLE FOR OVER 88% OFF!". A yellow note box states: "NOTE: This is a limited one-time offer that will NOT be made again." Below this, a paragraph congratulates the customer and warns not to press the back button. At the bottom, a line of text says: "Because you have chosen to take action today, you have a one time opportunity to upgrade your order to include". The banner is flanked by images of various Paleo dishes, including roasted carrots, a salad with purple cabbage, a roasted chicken leg, a bowl of green vegetables, and a plate of meat and vegetables.

IMPORTANT: YOU'RE ONLY GOING TO SEE THIS PAGE ONCE

Wait! Customize Your Order
(Order Step 3)

Do not press the back button, as it can cause issues with your order.

**GET OVER 500 MOUTH-WATERING
PALEO RECIPES WITH OUR ULTIMATE
PALEO COOKBOOK BUNDLE FOR
OVER 88% OFF!**

NOTE: This is a limited one-time offer that will NOT be made again.

Congratulations on making the phenomenal decision to invest in Paleo Sweets. We are thrilled to have you with us, and can't wait to hear about your success story as you embark, or continue, on your Paleo journey, and quest for better health. Please note that this is the ONLY time you will see this page, so read it carefully and **do not press the back button**.

Because you have chosen to take action today, you have a one time opportunity to upgrade your order to include

En France, les clients ne sont pas habitués au UPSSELL, si bien qu'il peut quitter la page, ou penser qu'il y a un bug et la relancer, ou alors il croit qu'il s'est fait arnaquer.

C'est pour cela qu'il est important de commencer en rassurant le client et lui expliquer la procédure.

"Merci d'avoir commandé (produit), votre paiement a bien été effectué. J'ai quelque chose de très important à vous annoncer."

"N'appuyez pas sur le bouton retour au risque d'avoir un problème avec votre commande"

Il est bon aussi de rappeler que c'est une offre unique et qu'il ne verra cette page qu'une seule fois.

On propose généralement un produit plus cher en Upsell. Il y a différentes manières de procéder. Je vais vous en montrer deux.

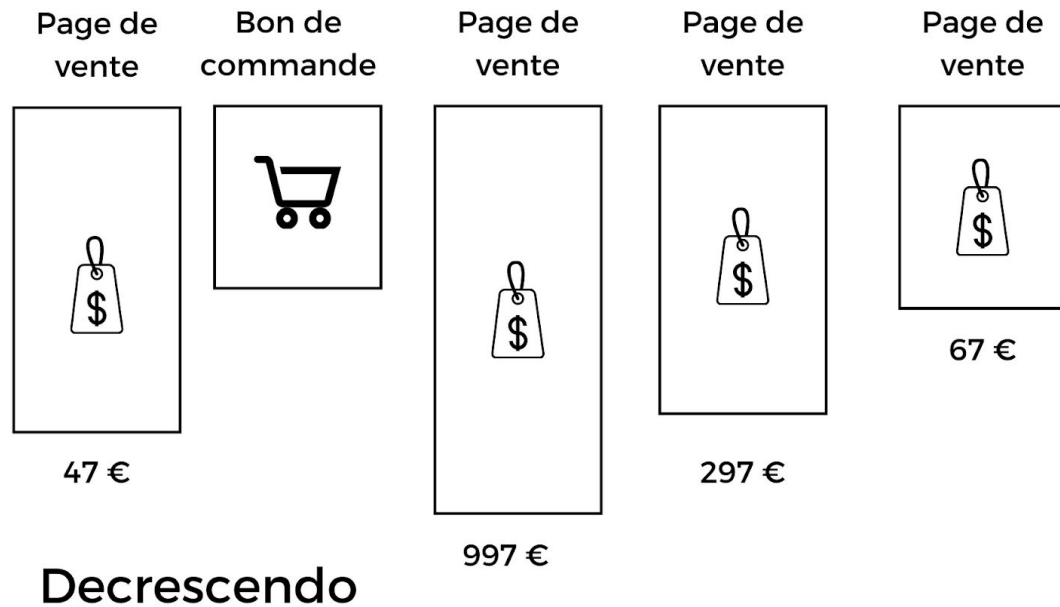
le tunnel crescendo :

Cela consiste simplement à proposer au client des produits de plus en plus chers.



le tunnel decrescendo :

L'inverse exacte du crescendo. L'avantage ici, c'est qu'il y a un effet de contraste entre les prix. Après avoir vu l'offre à 997 €, le client aura l'impression que 297 est moins élevé qu'il ne l'est réellement.



Gratter les centimes

Un de mes mentors du marketing, dit souvent que ceux qui gagnent vraiment beaucoup d'argent avec les tunnels de ventes, sont ceux qui grattent les centimes.

Il faut aller chercher le profit dès que l'on peut. Parce que si on fait les choses à moitié, au lieu d'avoir un ROI (retour sur investissement) de x 6 on aura un ROI de x 3.

C'est pour cela que les downsell ont été créés : pour gratter les centimes. Parce qu'en accumulant tous ces centimes, on arrive à des grosses sommes.

Parfois le métier de marketeur peut être un métier ingrats. Il faut mettre les mains dans le cambouis.

Beaucoup de vos clients vont refuser vos offres d'UPSELL. Et c'est normal, ils ne sont pas venus pour ça à la base, même si votre offre a une réelle valeur.

Mais il ne faut pas baisser les bras pour autant.

S'il il appuie sur le bouton non, alors vous pouvez le rediriger vers une page dites de "downsell"

Le but est de proposer la même offre mais avec des conditions plus avantageuse afin de faire changer d'avis le client.

Voici quelques exemple :

- proposer un paiement en plusieurs fois si le produit dépasse les 100 €
- proposer la même offre au même prix MAIS avec des bonus gratuits en plus.
- Proposer une offre d'essai gratuite de 14 jours du produit.
- faire une réduction en retirant des éléments de l'offre
- faire une réduction sans retirer des éléments de l'offre (à utiliser de préférence en fin de tunnel car sinon le client risque de dire non à toute les upsell suivante)

Maintenant que vous avez vu comment construire un tunnel de vente rentable, encore faut-il qu'il y ait des gens pour le voir !

Chapitre #7 Attirer un flux de prospect dans votre tunnel

La génération de trafic (afflux de prospect sur un site) est souvent une des étapes les plus difficiles dans un business en ligne.

On a beau avoir le meilleur produit et tunnel du monde, si personne le sait alors vous n'avez aucune vente.

De plus, les régies publicitaires les plus connues comme google ou facebook peuvent vous limiter dans vos actions. Nous allons voir tout cela dans un instant.

D'abord...

Le trafic gratuit

Il existe plusieurs manières d'amener des prospect sur votre page de vente sans passer par la publicité.

Les voici :

- article de blog
- vidéo youtube
- un compte instagram
- un compte Pinterest
- partenariat / affiliation
- mail (semi-gratuit)

Avantages :

- Gratuit. Tout simplement.
- Durable : avec du contenu qui se référence sur google, vous pouvez obtenir du trafic pendant très longtemps (plusieur années)
- Mail : contact direct avec votre audience en 1 clic + longue durée de vie
- passif : une fois que votre contenu est bien référencé, vous n'avez plus rien à faire

inconvénient :

- lent (au début) : un article peut mettre 6 mois avant de vous ramener du trafic
- BEAUCOUP de travail : il faut créer du contenu (vidéo, article, image) tous les jours. Le plus dur est de commencer.
- Pour l'affiliation, vous gagnez souvent une petite partie étant donné que vous subissez le poids de la TVA et que vous êtes obligé de donner des commissions généreuses pour attirer les affilié. exemple pour un produit digital : vous donnez 60 % de commission + 20 % de TVA = il vous reste 20 % dans la poche. MAIS c'est toujours ça de pris. N'oubliez pas : gratter les centimes.

Le trafic payant

Le trafic payant consiste à simplement acheter de l'espace publicitaire chez des régies publicitaires.

En voici quelque une :

- facebook : le moins cher mais très contraignant
- google adword : cher mais très efficace pour les boutique en ligne
- google display : très peu cher mais trafic de mauvaise qualité
- Youtube ads : peut être très rentable si bon tunnel de vente
- Taboola : pour ceux qui ont déjà dépensé des milliers d'euros en publicité et qui ont un tunnel rentable. Rentable sur du moyen terme.
- Pinterest ads : sous-estimé et très peu concurrentiel
- instagram : suis les même règle que facebook maintenant
- snapchat ads : audience jeune mais peut être lucratif avec une boutique en ligne pour les jeunes

avantages :

- rapide : vous pouvez lancer une publicité en moins d'1 heure
- intelligent : vous pouvez profiter des algorithmes qui vous aident à cibler vos prospect idéaux. Ce qui augmente naturellement vos chance de vendre
- Gros potentiel : si votre tunnel de vente est optimisé, vous pouvez avoir un ROI de 7 ou de 8 ! Imaginez, vous mettez 100 €, le lendemain, vous avez reçu 800 € !
- long terme : permet d'acheter du lead (contact mail) rapidement et donc d'investir sur le long terme. Rappelez-vous, l'argent est dans la liste !

inconvénient :

- prix : c'est cher si votre tunnel est mauvais
- Ban et restriction : Facebook est la régie la plus intolérante à la publicité agressive. Beaucoup de mots sont bannis comme : secret; argent, perdre du poids, choquant, incroyable, surprenant, cliquez ici, Vous (à répétition)... et bien d'autres. Google est un peu plus tolérant mais légèrement plus cher.
- dépendance : vous êtes entièrement soumis au bon vouloir des régies. S' ils ne vous aiment pas, ils peuvent vous bannir. Vous n'avez aucun pouvoir sur eux.

Chapitre #BONUS : mettre des mots sur une page blanche et se faire payer pour ça

Je vais vous présenter un des métiers les plus lucratifs de l'histoire de l'humanité. C'est une branche du marketing.

Des personnes se font payer des centaines de milliers de dollars pour le faire.

Il est partout autour de nous. On le voit sans cesse, à la télévision, dans les magazines, sur internet et pourtant on ne le remarque même pas.

Ce métier, c'est le copywriting.

Le copywriting c'est : écrire un message persuasif pour motiver des personnes à faire l'action que l'on désire. Ça peut être acheter un produit, donner pour une cause humanitaire, ou même simplement cliquer sur un lien.

On peut le voir sous plusieurs formes, à l'écrit sur une page de vente en ligne ou sur papier mais aussi à l'oral dans des scripts utilisés pour des publicités à la télévision.

En fait, tout le monde utilise le copywriting. Lorsque vous essayez de convaincre votre ami de venir à une soirée avec vous. C'est du copywriting. Vous lui montrez les bénéfices possibles et lui faites des promesses.

Si vous voulez avoir un tunnel de vente rentable, vous devez absolument maîtriser un minimum le copywriting.

Parce que ça ne suffit pas de connaître les leviers marketing de persuasion comme le fait de raconter une histoire, de mettre une garantie et de faire un value stacking ou encore du closing.

Si vous utilisez des mots ou des phrases que votre prospect ne comprend pas alors ça ne sert à rien.

Ce que l'on cherche à faire avec le copywriting, c'est de faire dire "oui" à la personne intérieurement. Et pas autre chose.

A chaque phrase que vous dites, le prospect doit dire “oui”. Il ne le fait pas consciemment bien sûr.

Le but est que lorsque vous lui direz d'appuyer sur le bouton pour acheter votre produit, il y aura bien plus de chance qu'il dise oui.

Les 3 péchés du copywriting

confusion : “ quoi ??? ”. Votre texte doit être lisible, facilement compréhensible, clair, ne pas passer par 4 chemins.

scepticisme : “ je te crois pas ” Prouvez TOUT ce que vous dites. A chaque fois que vous faites une promesse, prouvez le. On connaît tous des textes de vente qui promettent tout et n'importe quoi. Mais combien prouvent ce qu'il raconte ?

ennui : “ je m'en fous ” Votre texte doit être intéressant pour votre prospect. Chaque phrase que vous dites doit avoir une importance. Aucun superflu. Seulement l'essentiel.

6 techniques pour booster vos textes de ventes

1. relire à voix haute

Relire à voix haute votre texte de vente est la meilleure méthode pour voir les phrases qui sont bizarres ou illogiques. On ne s'en rend pas compte, mais nous n'écrivons pas de la même manière que nous parlons. Or, il est primordial de parler avec des mots simples dans un texte de vente. C'est comme si vous étiez en train de boire un verre avec votre prospect et que vous lui pitchiez votre offre.

2. 1 phrase = 1 idée

Regardez : “ Cette molécule étrange aide votre métabolisme à faire fondre les graisses en un temps record sans même que vous ayez besoin de faire du sport ou de vous priver avec des diètes qui ne marchent pas pour vous et pour la majorité des femmes. ”

Maintenant :

“ Cette molécule étrange aide votre métabolisme à faire fondre les graisses.

Elle accélère le processus de destruction des cellules graisseuses.

C'est comme si cette molécule faisait du sport à votre place !

Vous pouvez dire adieu aux privations quotidiennes.

Vous n'avez plus besoin de faire des régimes qui ne marchent pas pour vous.

D'ailleurs, d'après les statistiques, la plupart des régimes ne marchent pas pour 78 % des femmes."

Il y a encore beaucoup d'erreurs dans ce petit extrait, je l'ai inventé sur le coup. Mais c'est pour que vous compreniez l'idée. J'ai appliqué la règle, 1 phrase= 1 idée.

Vous voyez que tout de suite, c'est plus fluide et simple à lire. Chaque phrase correspond à une seule idée.

3. Les fautes d'orthographe (la base)

Il est très facile de corriger votre texte avec des outils gratuits comme google doc ou scribens

Le prospect vous fera moins confiance si vous faites des fautes d'orthographe.

4. La concordance des temps

- raconter une histoire/anecdotes : passé composé (pour une action) et imparfait. PAS de passé simple. exemple : *"Nous marchions dans la rue quand soudainement, elle m'a embrassée."*
- parler au prospect : présent. exemple : *"Si vous regardez cette vidéo, c'est parceque"*

5. demander du feed back... mais pas à n'importe qui

Vous avez absolument besoin que plusieurs personnes lisent votre texte avant que vous ne le mettiez en ligne.

A cause de *"l'effet ikea."*

C'est le fait de passer des heures sur un projet, la tête dedans, si bien qu'on ne se rend plus compte des erreurs que l'on fait.

Vu qu'on a passé tellement de temps dessus, notre valeur perçue de ce qu'on la fait est biaisée.

L'idéal est d'avoir une communauté en ligne qui a pour sujet le marketing. Pour cela, je vous recommande de rejoindre le programme

Revenu Exponentiel de Tugan Bara. C'est l'un (si ce n'est LE) meilleur marketeur français.

A un prix ridicule de 20 € par mois, vous avez accès à plus d'une centaine d'heure de contenu + un forum privée avec une communauté active.

Tout ce que je vous apprend dans ce guide vient en majeure partie des enseignements de Tugan. Je vous recommande vivement, au moins, d'aller jeter un coupn d'œil pour vous faire votre propre avis.

[Cliquez ici pour découvrir les RX \(ame sensible, s'abstenir\)](#)

6. Connaissez votre prospect...Mieux que lui même.

Avant de rédiger un texte de vente, vous devez créer l'avatar client de votre prospect. Je ne vais pas vous montrer en détail toute la méthode parce que ça prendrait trop de temps mais je vais vous montrer quelques éléments.

Vous devez connaître les peurs, les désirs, les rêves et le quotidien de votre prospect idéal.

Vous allez créer un personnage qui s'en rapproche le plus possible. Puis vous allez basez toutes vos décisions en termes de copywriting par rapport à lui.

Pour connaître votre avatar client, rien de plus simple, il suffit d'aller là où il va. Allez sur les vidéos youtube, les forums, qu'il fréquente. Regardez les commentaires clients sous les best seller amazon kindle de votre niche.

Faites des recherches, par exemple :

Concernant les relations, un sondage réalisé par Grazia a montré que 81 % des personnes interrogées pensent que l'amour véritable est un concept réel.

L'amour est un concept vague, vieillissant, fait pour exister surtout dans des livres et des films.

D'accord : 19 %

Pas d'accord : 81 %

Ainsi, si vous faites un texte de vente sur la seduction pour femme, vous pouvez parler de grand amour romantique.

Au contraire si vous n'en parlez pas ou pire si vous insinuer que l'amour est une illusion, vous perdez 81 % des vos prospect.

Autre exemple :

Sur le site diplomeo, on observe que les vegan sont très engagés dans la défense de la cause animale.



Ainsi, dans votre texte de vente pour vendre une liste de courses pour vegan par exemple. Vous insistez beaucoup plus sur l'importance de limiter la souffrance animale et beaucoup moins sur la santé.

3 règles du copywriting

Règle n°1 : Les gens n'aiment pas se sentir influencé

La réalité, c'est que nous aimons acheter des choses, comme par exemple un bon repas, un téléphone ou un massage.

Mais personne n'aime l'idée d'être vendu.

Vous savez, le sentiment de répulsion que vous éprouvez lorsqu'un vendeur insistant ne vous laisse pas tranquille ? C'est le sentiment que vous ne voulez jamais créer chez un prospect lorsqu'il lit votre texte de vente.

En achetant, vous avez l'impression de contrôler le processus. Être vendu, c'est le contraire.

Le principal moyen d'y parvenir est de comprendre votre prospect, comme nous l'avons vu dans la partie précédente. Assurez-vous que vous parlez son langage et que vous savez ce qui compte pour lui.

Insistez sur la manière dont votre offre peut l'aider. Et comme dit Howard Gossage, un des plus grand publicitaire de l'histoire :

***“ Personne ne lit les publicités. Les gens lisent ce qui les intéresse...
Parfois, c'est une publicité. ”***

Règle n° 2 : les gens achètent des choses pour des raisons émotionnelles et non rationnelles.

Si vous voulez une preuve de cette règle, prenez le cas des cookies.



Il n'y a aucune raison logique d'acheter un biscuit aux pépites de chocolat.

- Il n'a pratiquement aucune valeur nutritive.
- Il est plein de graisse et de sucre raffiné, qui vont tous deux gâcher votre santé.
- Et les biscuits sont chers, surtout les biscuits gourmets qui peuvent coûter plus de 3 € par biscuit.

Les gens savent tout cela, mais on estime que les gens achètent plus de 3,5 milliards de cookies chaque année, rien qu'aux États-Unis.

Pourquoi se vendent-ils si bien s'ils sont mauvais pour la santé ?

Parce qu'ils font que les gens se sentent bien. La plupart d'entre nous aimons manger des cookies, alors nous continuons à en acheter, malgré les raisons logiques qui nous en empêchent.

La leçon à retenir est qu'une page de vente efficace doit faire appel aux émotions et aux désirs de votre prospect. Vous devez être capable de faire en sorte que votre lecteur ait envie de votre produit ou service sur le plan émotionnel.

Les copywriters utilisent souvent ces déclencheurs émotionnels :

- La peur
- La cupidité
- la vanité
- La fierté
- La luxure
- L'envie
- La paresse

Mais vous n'avez pas besoin de faire appel uniquement à des sentiments négatifs comme ceux-ci. Vous pouvez également cibler des émotions positives :

- Curiosité
- Optimisme
- Altruisme
- Amour
- Fantaisie
- Confiance

- Passion

Règle n°3 : une fois acheté, les gens doivent satisfaire leurs décisions émotionnelles avec de la logique.

Personne ne veut être considéré comme un faible ou comme quelqu'un d'influencable.

Nous voulons tous être maîtres de notre vie. Rappelez vous : on aime acheter des choses parce qu' on se sent en contrôle et qu'on pense que ça va nous apporter un bénéfice.

Mais manger un cookies est clairement une mauvaise idée, car il n'est pas bon pour la santé. Donc, pour conserver notre image de contrôle, nous devons justifier logiquement pourquoi nous mangeons un biscuit.

"J'ai eu une journée difficile et je mérite un cookie."

"Il était en solde."

"Cette marque a ajouté de la poudre de légumes, c'est sain !"

Si nous ne nous donnions pas ces excuses, nous pourrions nous sentir coupables, honteux ou regretter d'avoir mangé un biscuit gras.

"Quand vous traitez avec des gens, souvenez-vous que vous n'avez pas affaire à des créatures de logique, mais à des créatures d'émotion."

Dale Carnegie, écrivain américain sur le développement personnel

De la même manière, lorsqu'un prospect a pris la décision émotionnelle de vouloir un produit, les copywriters doivent lui fournir des raisons logiques et rationnelles pour lesquelles il devrait acheter ce produit.

Sinon, votre prospect risque de ne pas être en mesure de justifier l'achat. S'il achète, il peut se sentir coupable ou avoir des regrets par la suite, comme s'il avait mangé un biscuit sans raison valable.

C'est pourquoi la plupart des publicités que vous verrez comportent des détails factuels sur un produit, comme les spécifications d'une nouvelle voiture, les informations nutritionnelles d'un produit alimentaire ou toutes les qualifications d'un coach de développement personnel.

Mais tous ces détails ne sont pas destinés à vendre les produits. Ils n'ont pas grand-chose à voir avec la décision d'achat du prospect, qui est prise de manière émotionnelle.

L'objectif de ces informations est de rassurer votre lecteur sur la décision émotionnelle qu'il a déjà prise.

Si vous voulez en savoir plus sur le copywriting et que vous lisez l'anglais, je vous recommande cet article : [What is copywriting ?](#)

Outil et liens utiles

- systeme.io pour créer vos tunnels de vente (en français) : [Profitez de 30 d'essai gratuits, pas besoin de rentrer la carte bleue en cliquant ici.](#)
- [8 courtes vidéo pour maîtriser systeme.io](#)
- clickfunnel (en anglais) : [cliquez ici pour essayer 14 jours gratuits.](#)
- [Rejoindre les Revenu Exponentiel du marketeur de génie Tugan Bara](#)
- [Rejoindre Profit Mimétique, la formation de Tugan Bara pour atteindre 10 000 € par mois en 28 jours](#)
- encaissement : [Stripe](#)

livre à lire :

- **OBLIGATOIRE** : [INFLUENCE ET MANIPULATION](#) de Robert Cialdini. Un incontournable de la psychologie et du marketing. Le prix du bouquin vaut 1000 fois la valeur que vous recevrez.
- [Copywriting secrets de jim Edward](#), copywriter américain ayant fait plusieurs millions de CA grâce à ses textes. (en anglais mais ça vaut le coup)