

# LETTRE DE VENTE



## CHECK LIST



Accroche

Introduction

Contenu

Avantages

Appel à l'action

# Table des Matières

Licence.....	2
Introduction.....	3
Une accroche Captivante.....	5
Les différentes sortes d'accroches à utiliser.....	9
Écrire l'introduction Parfaite.....	11
Donner de l'impact au contenu de votre lettre de vente.....	15
Ayez confiance en vos témoignages.....	19
Obtenir facilement un témoignage pour votre produit.....	23
Utilisez des « appels à l'action ».....	25
Conclusion.....	31

# Licence

L'auteur s'est efforcé d'être aussi précis et complet que possible lors de la création de cet ouvrage. Malgré ceci, il ne peut, en aucun cas, garantir ou représenter l'exactitude du contenu de cet ouvrage, du fait de l'évolution et de la mutation rapide et constante d'Internet.

Bien que tout ait été fait afin de vérifier ces informations, l'auteur n'assume aucune responsabilité concernant des erreurs, des omissions, d'une interprétation ou d'une compréhension contraire du sujet développé. Toutes formes d'offenses éventuellement ressenties par des personnes, peuples ou organisations seraient purement involontaires.

Dans les livres pratiques de conseils, comme dans toute autre chose, il n'est fait aucune garantie de revenu. Les lecteurs sont avertis et doivent faire appel à leur propre jugement à propos de leurs capacités personnelles à agir en conséquence.

Ce livre n'est pas destiné à l'utilisation en tant que source légale en droits des affaires, en comptabilité ou en conseils financiers. Les lecteurs sont invités à faire appel à des services professionnels compétents en matière de législation, droit des affaires, comptabilité ou dans le domaine du conseil financier.

**Vous pouvez imprimer cet e-book si cela vous en facilite la  
Lecture, mais pensez aussi à la nature et à notre  
environnement.**

# Introduction

Pour éviter de voir tous vos visiteurs quitter votre site sans avoir lu en entier votre lettre de vente, vous devrez appliquer tous les conseils présents dans ce rapport.

L'objectif était de faire une check-list à utiliser lorsque viendra le moment d'écrire votre lettre de vente. Cela vous évitera d'improviser au risque d'avoir un texte bancal ne permettant pas de retenir l'attention de vos clients potentiels.

Ce n'est pas une science exacte. Cependant, en utilisant les bons mots au bon moment, vous réussirez à capter l'attention de vos visiteurs. Cela doit être votre premier objectif. Ensuite, il suffit de les amener progressivement vers le bouton d'achat en passant par des étapes intermédiaires comme :

- Les avantages de votre produit.
- Les témoignages d'acheteurs satisfaits.

Je détaillerais chaque élément pour vous éviter d'en oublier. Certains sont facultatifs, comme l'ajout de bonus, alors que pour d'autres il est préférable de ne pas faire l'impasse.

Commençons, sans plus tarder, par l'élément le plus important pour capter l'attention de vos visiteurs...

# Une accroche Captivante

Ce premier chapitre vous enseignera tout ce dont vous avez besoin de connaître sur la création d'une accroche qui retient l'attention de vos clients potentiels.

Si vous suivez correctement toutes les instructions, cette méthode obligera vos clients potentiels à « se laisser prendre » par votre texte.

En clair, vous souhaitez qu'ils pensent que la décision de lire votre lettre de vente a été prise par eux et non dictée par votre volonté.

## **1. ÉCRIVEZ VOTRE TITRE EN ROUGE.**

La couleur « rouge » représente habituellement l'urgence, l'importance. Une alternative est l'utilisation du noir si le rouge ne s'adapte pas au design de votre lettre de vente.

Cependant, il est conseillé d'utiliser « le rouge » comme couleur pour votre accroche d'autant plus qu'elle s'utilise avec la plupart des gammes de couleurs.

L'autre solution consiste à mettre en rouge seulement le ou les mots importants de votre accroche afin de les faire ressortir.

## **2. LA POLICE DE VOTRE ACCROCHE DOIT ÊTRE PLUS GRANDE QUE CELLE UTILISÉE POUR LE TEXTE DU SITE.**

L'objectif de votre titre est de retenir l'attention du client potentiel afin qu'il décide de lire la suite de votre lettre de vente. Ainsi, il est important que l'accroche se distingue du reste de votre texte, la taille de la police peut vous y aider.

Habituellement, la taille de la police est 2 à 3 fois plus grande que la police standard.

### **3. INSÉREZ L'AVANTAGE PRINCIPAL DE VOTRE OFFRE.**

L'avantage doit se référer à votre client potentiel et non à vous ou à quelqu'un d'autre. Si vous faites appel à un autre personnage dans votre accroche, assurez-vous que l'avantage est réellement bénéfique pour votre visiteur.

Je viens d'énoncer la notion de personnage, parlons-en...

### **4. INTRODUISEZ UN PERSONNAGE.**

Cela rend votre lettre de vente beaucoup plus intéressante à lire à partir du moment où vos clients potentiels peuvent s'identifier à ce personnage.

Premier exemple :

**Découvrez comment un étudiant âgé  
de 24 ans arrive à gagner un revenu 3 fois  
supérieur à celui de son professeur  
d'université via Internet !**

Cette accroche est avant tout destinée aux jeunes adultes voulant connaître les méthodes pour gagner de l'argent à partir d'Internet.

Dans le même état d'esprit, voici un exemple concret (fortuneinternet101.com) :

**Un Gamin de 24 ans Sort de l'Ombre et Révèle les  
Techniques lui permettant de Gagner Secrètement  
Plus de 29 496 € PAR MOIS à l'Aide d'un Vieil  
Ordinateur et d'une Connexion Internet Seulement!  
Serez-vous le prochain fortuné du net ?**

Second exemple :

**Découvrez comment un chômeur  
surmonta une faillite pour devenir  
financièrement libre en moins de 6  
mois... et comment vous pouvez y  
parvenir, vous aussi !**

Ce titre cible, avant tout, les personnes au chômage ou dans une situation précaire sans tenir compte de leur âge.

Selon la nature de votre produit ou service, plus vous adapterez votre accroche à la majorité de vos clients potentiels et plus vous aurez de chances d'inciter vos lecteurs à lire votre lettre de vente. Cela augmentera aussi vos chances de réaliser une vente.

## **5. VOTRE ACCROCHE NE DOIT PAS ÊTRE TROP LONGUE.**

En règle générale, utilisez 20 à 30 mots répartis sur 3 à 5 lignes. Cependant, si vous constatez qu'une plus longue accroche améliore votre taux de conversion, gardez-la !

Tout dépend, au final, de sa capacité à « accrocher » le visiteur.

## **6. UTILISER UN SOUS-TITRE, COMME HAMEÇON, POUR INCITER VOS LECTEURS À CONTINUER LA LECTURE (SI L'ACCROCHE N'A PAS FAIT SON TRAVAIL).**

Le sous-titre est destiné à explorer les autres avantages de votre produit non spécifiés dans l'accroche.

La taille de la police du sous-titre est plus petite que celle de l'accroche et sa couleur est généralement le noir.



# Les différentes sortes d'accroches à utiliser

Dans le chapitre précédent, j'ai détaillé une accroche type. Pour vous aider à écrire les vôtres, voici plusieurs modèles d'accroches à tester sur votre site.

1. **Poser une question** : souhaitez-vous mettre toutes les chances de votre côté pour perdre plus de 10 kilos par mois?
2. **Relater un fait connu** : si vous souhaitez gagner de l'argent sur Internet, vous DEVEZ bâtir votre liste !
3. **Susciter la curiosité** : saviez-vous qu'il était possible de...
4. **Rappeler un problème** : vous souhaitez certainement arrêter de fumer une fois pour toutes !
5. **Faites-les rêver** : découvrez la stratégie vous permettant de gagner plus de 1 000 € par mois de manière automatisée !
6. **Utiliser le mot « comment »** : comment devenir rapidement une personne respectée dans votre niche pour faire décoller votre business ?
7. **Utiliser la citation d'un acheteur** : j'ai enfin réussi à perdre mes kilos superflus... plus de 7 kilos en moins de 30 jours !

8. **Utiliser le mot « pourquoi »** : pourquoi n'arrivez-vous pas à retenir vos clients potentiels sur votre site ?
9. **Utiliser une négation** : si vous commettez ces erreurs, vous n'arriverez jamais à...
10. **Révéler un secret** : découvrez le secret vous permettant de...
11. **Utiliser l'expression « étape par étape »** : découvrez un système efficace expliqué étape par étape pour vous aider à...

Les possibilités sont nombreuses et rien ne vaut la réalisation d'un test pour savoir quelle accroche remplit le mieux son rôle.

Si un jour vous êtes à court d'idées, vous pouvez regarder sur les sites de vos concurrents et sur les autres marchés. Si une accroche attire votre attention, elle en fera de même sur vos clients potentiels. Vous pouvez reprendre le modèle pour créer la vôtre.

# Écrire l'introduction

## Parfaite

Après l'accroche et le sous-titre (facultatif), il est temps de vous « attaquer » à l'introduction de votre lettre de vente.

### 1. COMMENCER PAR UNE HISTOIRE.

De nombreuses lettres de vente sont assez ennuyeuses à lire. Vous pouvez immédiatement accrocher l'intérêt de votre client potentiel à l'aide d'une histoire inventée de toutes pièces ou d'une histoire tirée de votre parcours. Cette technique est appelée « storytelling ».

Voici quelques astuces si vous décidez de l'utiliser :

- **Vous devez connaître vos clients potentiels.** Vous ne raconterez pas votre histoire de la même manière si vos clients potentiels sont plutôt de jeunes adultes ou des quinquagénaires. Les mots employés ou les exemples ne seront pas les mêmes.
- **Vous devez ajouter des détails.** Ils permettent de renforcer votre histoire comme peut le faire un romancier. Donner des détails sur les personnages, sur le lieu où se déroule votre histoire...
- **Vous devez impliquer le lecteur.** C'est la raison pour laquelle je vous conseille de bien connaître vos lecteurs. En racontant une histoire où ces personnes peuvent se reconnaître, vous retiendrez leur attention et il sera plus simple de faire passer votre message.

Voici un exemple :

*3 amis avaient décidé de louer un bateau pour l'après-midi. Une fois arrivés au milieu du lac, ils s'arrêtèrent pour prendre le thé.*

*Très vite, ils se rendirent compte qu'ils avaient oublié la théière. « Je vais aller la chercher », dit le premier ami. Il se leva, mit une jambe hors du bateau, commença à marcher sur l'eau vers le rivage et revint au bateau avec la théière.*

*Après avoir fait bouillir l'eau, ils s'aperçurent qu'ils avaient également oublié les feuilles de thé. Ils se moquèrent d'eux-mêmes et le second ami se porta volontaire pour aller chercher les feuilles de thé. Il mit une jambe hors du bateau et marcha sur l'eau. Il revint rapidement, avec plusieurs feuilles de thé, en marchant également sur l'eau.*

*Les trois amis profitèrent alors de leur thé, mais cela pourrait être encore mieux avec quelques friandises. Le troisième ami se porta volontaire pour aller acheter les friandises dans la boutique longeant le rivage. Il se leva comme les autres et passa une jambe hors du bateau. Il se mit à transposer son poids sur sa jambe et... **SPLASH** ! Il coula et lutta pour se maintenir à la surface. En le voyant se noyer, ses deux amis sautèrent pour le secourir.*

*Pendant que le troisième ami grimpait dans le bateau à l'abri, trempé jusqu'aux os, il demanda, « comment vous êtes-vous débrouillés tous les deux pour marcher sur l'eau ? » Les deux amis se regardèrent et dire, « **Oh,***

*c'est parce que nous savons où se trouvent les rochers.»*

À partir d'une telle histoire, on pourrait, par exemple, enchaîner sur l'importance de bien savoir où l'on va pour éviter la chute et la « noyade » de son business.

## **2. ÉNONCER UN PROBLÈME IMPORTANT.**

Si votre produit est directement lié à un problème important auquel la plupart de vos clients potentiels sont confrontés, il n'y a pas de meilleur scénario que celui-ci !

Par exemple, si la majorité d'entre eux rencontre des problèmes pour réécrire des articles avec les droits de label privé et que votre produit est un logiciel de réécriture d'articles, alors vous pouvez commencer ainsi :

*Avec le développement des droits de label privé, des centaines voire des milliers de personnes utilisent du contenu identique.*

***Le résultat ?** Les moteurs de recherche sanctionnent cette pratique considérée comme du duplicate content ! Bien sûr, la meilleure méthode serait la réécriture complète des articles, mais ce travail vous demanderait des dizaines d'heures...*

## **3. FAIRE DES SUPPOSITIONS SUR VOS CLIENTS POTENTIELS.**

Certaines personnes adoptent l'attitude du « ne faites pas de suppositions », la vérité est que vous pouvez continuer à en faire sans risque. D'ailleurs, les hommes ont, de tout temps, fait des suppositions, qu'ils le sachent ou non.

Voici un autre fait : les personnes peuvent être prévisibles.

Cela a été prouvé dans une étude lorsqu'un orateur posa trois questions à l'audience.

Les trois questions étaient :

- Pensez à un nombre.
- Pensez à une couleur.
- Pensez à une fleur.

Après quelques minutes il demanda : « pour la première question, combien d'entre vous ont pensé au chiffre 7 ? ». Plus des  $\frac{3}{4}$  ont levé la main.

Le résultat fut identique quand il demanda à savoir s'ils ont pensé au bleu et à la rose pour les questions suivantes.

Extraordinaire, n'est-ce pas ?

Cette simple étude a prouvé que les personnes sont prévisibles et aussi longtemps que vous connaîtrez la majorité de vos clients potentiels et leurs besoins, vous obtiendrez un réel avantage.

Premier exemple :

*Vous avez certainement un budget serré et vous possédez moins de 100 euros à dépenser pour réaliser la promotion de votre business.*

Second exemple :

*Il y a des chances que vous ayez échoué dans vos relations précédentes.*

#### **4. SOYEZ SÛR DE GARDER LE CONTRÔLE EN MENTIONNANT UN PROBLÈME AUQUEL LA PERSONNE EST CONFRONTÉE.**

Dans un premier temps, vous devez impliquer votre client potentiel en lui rappelant le problème auquel il est confronté.

Ensuite, il faut amplifier ce problème, comme s'il était insurmontable.

Le problème ou l'obstacle doit être vraiment important pour que votre client s'y attaque grâce à votre produit.

**Attention :** vous ne devez pas trop exagérer au risque de ne plus être crédible.

#### **5. N'OUBLIEZ PAS DE VOUS PRÉSENTER !**

La présentation doit être courte, cela ne doit pas être votre biographie. Dans le cas, où vous souhaitez donner plus de détails, vous pouvez créer une page « à propos ».

# Donner de l'impact au contenu de votre lettre de vente

Si vous respectez toutes les étapes, vos lecteurs seront de plus en plus intéressés par ce que vous dites. Ce qu'ils ne savent pas, c'est qu'en réalité vous avez pratiquement conclu la vente une fois qu'ils sont arrivés à mi-chemin.

S'ils ont besoin d'être rassurés dans leur prise de décision, ils liront attentivement les témoignages, puis ils achèteront votre produit.

Pour mettre toutes les chances de votre côté, voici les éléments devant figurer après votre introduction.

## **1. PRÉSENTEZ LA SOLUTION À LEUR PROBLÈME.**

Une technique possible est de parler à vos clients potentiels des autres alternatives avant d'introduire votre produit. Évidemment, votre solution doit être présentée comme étant la meilleure pour régler leur problème.

Par exemple :

*Vous pouvez assister à un séminaire, mais, à moins que vous ayez à disposition plusieurs milliers d'euros, cette option n'est pas adaptée à votre situation.*

*Quelle est donc la meilleure solution ?*








*« **Le nom de votre produit ici** » (avec une image le représentant si possible).*



## 2. ÉCRIRE UNE LISTE À PUCES.

Il n'y a pas de moyens plus efficaces pour mettre en évidence les avantages de votre produit ou service qu'une liste à puces.

Voici un exemple (guitaredomination.com) :

-  Comment VOUS pouvez devenir un guitariste EXTRAORDINAIRE, même si vous n'avez jamais réussi à jouer une seule note ou un seul accord correct jusqu'à maintenant ;
-  Une méthode **simple** et **redoutablement efficace** pour apprendre presque instantanément n'importe quelle chanson à l'oreille ;
-  Une "voie royale" pour **progresser rapidement** et être capable de jouer n'importe quel morceau difficile à la guitare ;
-  Les **5 règles incontournables** à suivre impérativement pour RÉUSSIR à jouer la plupart des solos de vos héros de la guitare ;
-  4 méthodes simples et PUISSANTES pour avoir un son conforme et professionnel ;
-  Découvrez l'exercice "**magique**" bien connu des grands guitaristes, à faire juste avant le début d'un concert, pour réduire la fatigue dans les mains afin de jouer plus longtemps de la guitare ;
-  **12 ERREURS FATALES** qui peuvent considérablement ralentir votre vitesse d'apprentissage et comment les dépasser ;

**Important** : Ne confondez pas un avantage avec une caractéristique. Connaître les caractéristiques de votre produit n'a pas un réel intérêt pour votre client potentiel contrairement aux avantages qu'il peut en tirer.

Par exemple :

**Caractéristique** : Le produit est au format PDF.

**Avantage** : Vous pouvez télécharger le produit immédiatement après votre achat.

**Caractéristique** : Ce guide contient 40 pages.

Avantages : Ce guide est un condensé d'informations utiles. Il n'y a pas de « bla-bla », seulement des conseils pertinents pour vous aider à atteindre votre objectif.

### **3. SI VOUS GÉREZ UN ESPACE MEMBRE OU QUE LE PRODUIT CONTIENT PLUSIEURS COMPOSANTS, DIVISEZ LES AVANTAGES EN AUTANT DE PARTIES.**

Pour comprendre, voici l'exemple d'un club privé proposant des produits avec les droits de revente.

#### **Composant 1 :**

##### **Les produits avec les droits de revente**

Chaque mois, vous recevez 4 nouveaux produits avec les droits de revente. Ils seront disponibles pour la première fois sur le marché francophone.

Vous pourrez revendre ces produits et ainsi garder 100 % du prix de vente... aucun partage de bénéfices !

#### **Composant 2 :**

##### **Lettres de vente et pack graphique**

Tous les produits auront leur lettre de vente, rédigée par un professionnel, accompagnée d'un minisite pour vous aider à les vendre facilement !

### **4. DONNEZ UNIQUEMENT DES INDICES, MAIS NE DIVULGUEZ PAS LE SECRET !**

Si vous révélez les secrets ou le contenu de votre produit, personne ne l'achètera. Effectivement, toute l'information essentielle serait déjà disponible dans votre lettre de vente.

De plus, évitez de laisser les personnes deviner facilement votre contenu.

Par exemple :

- Découvrez cette astuce à utiliser pour maximiser votre taux de conversion... simplement en ajoutant ce mot dans votre accroche !
- Comment utiliser D\_\_\_\_\_ pour bâtir votre liste d'abonnés sans dépenser un centime en promotion !

## **5. CONCENTREZ-VOUS SUR VOS CLIENTS POTENTIELS ET NON SUR VOTRE PERSONNE.**

En d'autres mots, évitez de trop employer le mot « JE ». Préférez utiliser « VOUS » dans les avantages (et le reste de votre lettre de vente).

Généralement, les personnes n'apprécient pas les égocentriques (même si elles le sont elles-mêmes).

# Ayez confiance en vos témoignages

Bien employé, vos témoignages peuvent faire basculer la vente en votre faveur.


Effectivement, avant d'acheter un produit, une personne recherche généralement des avis d'anciens acheteurs pour prendre sa décision.

En ajoutant des témoignages, vos clients potentiels n'ont plus besoin de faire ces recherches.

## 1. METTEZ DES PHOTOS ET/OU DES URL SOUS LE NOM DES PERSONNES.

TÉMOIGNAGE NON-SOLlicitÉ

**"Un système de A à Z qui peut faire littéralement décoller VOTRE business sur Internet!"**



Merci Tommy !

Grâce à ce nouvel ebook, tu permets à n'importe qui de se lancer sérieusement dans ce monde fascinant qu'est l'affiliation.

Cet exploit est réalisable, car tu accompagnes chaque stratégie de nombreuses captures d'écran ainsi qu'un **plan étape par étape** pour nous guider.

En lisant cet ebook, on peut mettre en place un système de A à Z qui peut faire **LITÉRALLEMENT** décoller notre business sur Internet.

Pour toutes ces raisons, je tiens à te dire merci!

Si vous recherchez les méthodes qui fonctionnent actuellement sur Internet et que vous souhaitez gagner de l'argent sur le long terme, la lecture de "Affiliation Commando" **vous aidera à atteindre vos objectifs.**

Je n'ai plus qu'un mot à vous dire : **FONCEZ !**

**Kevin Pincher, France**

[www.kevinpincher.com](http://www.kevinpincher.com)

Cette astuce rendra vos témoignages plus crédibles, puisqu'un simple texte peut être aisément falsifié. Les URL permettent à vos clients potentiels de faire éventuellement des vérifications sur les personnes. Faites un effort pour ajouter non seulement les URL, mais aussi les photos dès que possible.

## **2. AJOUTEZ DES ENREGISTREMENTS AUDIO OU VIDÉO.**



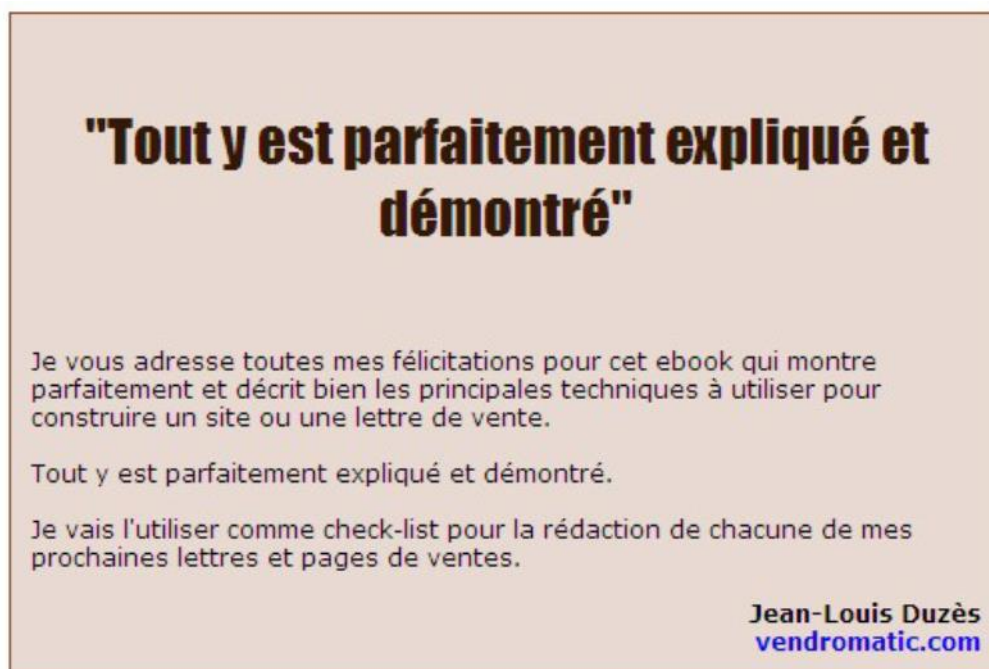
*Nicolas Lessaffre, France*

[www.addictions-marketing-internet.com](http://www.addictions-marketing-internet.com)

Cela ajoute de la valeur également au facteur « crédibilité » de vos témoignages. De plus, il est plus simple pour vos clients de raconter leur expérience avec votre produit en ajoutant leur touche personnelle.

## **3. METTEZ LES TÉMOIGNAGES EN ÉVIDENCE.**

Cela ne sert à rien d'avoir des témoignages s'ils se fondent dans votre contenu. Généralement le fond du témoignage est différent de celui de la page.



#### **4. PLACEZ VOS TÉMOIGNAGES AU BON ENDROIT.**

En plaçant vos témoignages à des endroits stratégiques, vous améliorerez leur impact et vous donnerez confiance à vos clients potentiels (élément déterminant pour réaliser une vente).

Généralement, les témoignages se placent en dessous des avantages. Vous pouvez ainsi les valider grâce aux résultats obtenus par vos anciens acheteurs décrits dans leurs témoignages.

#### **5. ASSUREZ-VOUS QUE VOS TÉMOIGNAGES SONT ORIENTÉS VERS LES AVANTAGES DU PRODUIT.**

En termes clairs, vos témoignages ne doivent pas ressembler à ceci : *[votre prénom], vous êtes le meilleur !*

Ils doivent être plutôt axés sur les résultats obtenus par les personnes après avoir lu ou testé votre produit. Vos clients potentiels pourront ainsi se projeter dans un avenir proche et imaginer obtenir les mêmes résultats.

# Obtenir facilement un témoignage pour votre produit

J'ai constaté, à plusieurs reprises, une grave erreur lorsqu'une personne essaye d'obtenir des témoignages pour son produit.

L'intention est bonne, mais elle n'utilise pas la bonne technique.

## **À NE PAS FAIRE.**

Voici l'email qu'il faut absolument éviter d'envoyer :

*Bonjour [prénom],*

*Je viens de sortir un nouveau produit. Voici sa lettre de vente : [lien].*

*Si vous l'avez apprécié, n'hésitez pas à me donner votre avis.*

*Cordialement,*

*[Prénom]*

## **LES ERREURS DE CETTE PERSONNE.**

Donner les erreurs vous permettra de connaître les éléments à insérer dans votre email pour mettre toutes les chances de votre côté afin de recueillir le maximum de témoignages.

- **Ne pas se présenter.** Si vous venez de lancer votre business, rares seront les personnes vous connaissant. Dans ce cas, il est préférable de commencer votre email par une petite présentation (2 – 3 phrases suffisent).
- **Ne pas donner le lien de téléchargement de son produit.** Si on souhaite découvrir le produit, il faut l'acheter. Préférez donner le lien de téléchargement de votre produit à la personne pour qu'elle puisse le lire ou le tester.

En appliquant ces 2 conseils, vous devrez recevoir de nombreux témoignages à ajouter sur votre lettre de vente.

Ensuite, lorsque votre produit sera en ligne, vous pouvez demander l'avis de vos clients.

Les possibilités sont nombreuses :

- Sur votre page de téléchargement.
- En les contactant par email.
- À la fin de votre produit (pour un ebook).

Au final, vous obtiendrez des témoignages de personnes respectées (les experts de votre marché) ainsi que d'acheteurs lambda permettant d'améliorer l'impact de votre lettre de vente.



# Utilisez des « appels à l'action »

Pour réaliser une vente, vous devez inciter vos clients potentiels à sortir leur carte bancaire.

Voici différentes astuces pour y arriver.

## **1. SI VOUS PROPOSEZ UN PRODUIT NUMÉRIQUE, RAPPELEZ À VOTRE CLIENT POTENTIEL QUE LA LIVRAISON EST IMMÉDIATE.**

Lorsqu'on achète un produit, on rêverait de pouvoir l'avoir immédiatement. Avec les produits numériques, ce rêve devient réalité. Dans ce cas, n'hésitez pas à le rappeler à vos clients potentiels.

Par exemple :

La livraison est automatique, vous pourrez ainsi recevoir le guide immédiatement après votre achat. Cela ne posera aucun problème même s'il est 4 h du matin, alors achetez votre copie maintenant et vous découvrirez comment...

## **2. LIMITEZ VOTRE OFFRE.**

Vous pouvez annoncer que le nombre d'exemplaires de votre produit est limité (cela doit être vrai).

Cette technique a déjà fait ses preuves. Les personnes aiment par nature avoir le privilège de posséder des biens rares. C'est l'un des facteurs sur lesquels vous pouvez vous baser pour augmenter votre taux de conversion.

Limiter la durée :

*Ce N'EST PAS une vente illimitée. Elle durera seulement pendant sept jours. Après le septième jour, cette offre expirera et ne sera plus jamais proposée !*

Limiter la quantité :

*Seulement 100 exemplaires seront vendus, pas un de plus. Aussitôt le dernier exemplaire vendu, cette offre ne sera plus jamais disponible !*

Voici un exemple réel :

**LES ARTICLES LIBRES**  
**Recevez 30 articles exclusifs tous les mois**  
10 x Développement personnel  
10 x Santé et Bien-être  
10 x Marketing et autres Niches  
**27 €** /mois, soit 0.90 € par Article.  
**Places Limitées**  
*Il ne reste plus que 63 places sur 200 !  
Et ce en moins de 48 h d'ouverture.*  
**Réserver Ma Place !**  
PayPal VISA MasterCard AMERICAN EXPRESS Cards

### 3. PROPOSEZ DES BONUS.

Proposer des bonus permet de vous différencier. C'est utile si votre marché est très concurrentiel.

Les bonus doivent compléter votre offre d'origine. Ainsi, vos clients potentiels obtiendront plus de conseils pour exactement le même prix.

Pour un meilleur impact, vous pouvez limiter ces bonus seulement aux X premiers acheteurs.

#### 4. RENFORCEZ VOTRE OFFRE AVEC UNE GARANTIE.

Plus la durée de votre garantie sera longue, plus ce sera intéressant pour vos clients potentiels. Encouragez-les à tester votre produit en insistant sur le fait qu'ils ne prennent aucun risque puisque le produit est garanti « satisfait ou remboursé » pendant X jours.

Voici un exemple :

*Ne vous posez plus de questions. Ne réfléchissez plus.  
Contentez-vous d'essayer !*

Dites également à la personne que vous assumerez tous les risques à sa place durant la période de garantie.

*Je mets ma réputation en jeu et il serait dommage que vous passiez à côté de cette opportunité. C'est pourquoi je suis prêt à assumer tous les risques à votre place afin que vous puissiez tester mon produit sans aucune inquiétude !*

Vous pourriez poursuivre en écrivant :

*Et si vous n'étiez pas entièrement satisfait, envoyez-moi simplement un email. Aucune explication ne vous sera demandée.*

*Vous n'avez rien à perdre excepté la possibilité de l'avoir essayé!*

Voici un exemple réel :



## 5. UTILISEZ LES P.-S. POUR RÉSUMER VOTRE OFFRE OU METTRE EN ÉVIDENCE SES AVANTAGES.

Voici quelques éléments importants à résumer dans votre postscriptum.

- Vous assumerez les risques en lieu et place de votre client à travers votre garantie « satisfait ou remboursé ».
- Chercher une alternative à votre produit leur reviendrait plus cher et leur demanderait plus de temps et d'effort.
- Vous pouvez mettre l'accent sur les bonus et leur caractère exceptionnel.
- Vous pouvez mettre l'accent sur l'intérêt que votre client aurait à s'attaquer à ses problèmes grâce à votre offre.
- Vous pouvez utiliser le P.-S. pour mettre en évidence des avantages cachés non mentionnés plus tôt dans votre lettre de vente. Cela pourrait être un bonus inattendu ou une récompense.

Voici un exemple réel :

P.S. Ce guide unique et exclusif *SERA bientôt* vendu à 37 €.Le prix de lancement de 17 € est une invitation à "**Acheter maintenant, avant qu'elle ne soit plus disponible**"... alors, agissez vite !

**Agissez Maintenant ! Découvrez mon guide " Point Zéro, Une Règle Marketing Vitale".**

[Cliquez ICI !](#)

Les P.-S. constituent un puissant outil et ils incitent votre client potentiel à acheter immédiatement en cliquant sur un lien, un bouton ou en remplissant un formulaire.

## **6. DITES À VOTRE CLIENT QUE LE PRIX DEMANDÉ EST UNE AFFAIRE.**

Vous pouvez y arriver en le comparant aux solutions souvent plus chères proposées par vos concurrents (sans les nommer pour éviter les problèmes) ou aux alternatives moins efficaces.

Par exemple :

- Quelle est la meilleure solution ? Investir 97 € et découvrir tout ce dont vous avez besoin afin de... ou jeter des milliers d'euros par la fenêtre dans une solution ne répondant pas parfaitement à vos attentes ?
- Pour la première fois, vous pouvez tirer profit des secrets révélés par les meilleurs vendeurs pour seulement 47 €. Pourquoi payer 2000 € pour assister à un séminaire et apprendre les mêmes techniques que je partagerai avec vous à travers mon enregistrement audio ?

Une autre solution est de faire tableau, dans lequel, vous détaillez le prix comme cet exemple:

## Maintenant, combien cela vous coûterait-il de faire réaliser tout cela ?

Regardez le détail d'un seul de ces produits :

Page de vente	397 €
Page de capture	77 €
Bannières	67 €
Réalisation de l'ebook	824 €
Droits de Label Privé	Inestimable
Soit au total	<b>1365 €</b>

### 7. ÉVITEZ D'UTILISER LE PRÉTEXTE « AVANT MINUIT ».

On peut classer cet appel à l'action dans : les mauvais exemples.

On le trouve principalement dans le marché du marketing sur Internet où de nombreux vendeurs utilisent un script.

Voici un exemple :

**Cette offre exceptionnelle va prendre fin le :**

**Mardi 17 Aout 2010 , 23h59**

À moins que votre offre se termine réellement avant minuit, évitez d'utiliser cette tactique qui trompe votre client potentiel.

Effectivement, s'il retourne sur votre lettre de vente le lendemain, le message sera encore indiqué. Des personnes se plaignent de cette technique sur les forums et pour votre crédibilité, ce n'est pas bon.

# Conclusion

Nous venons de voir ensemble les différents éléments indispensables à une bonne lettre de vente. Celle vous permettant de convertir le maximum de visiteurs en acheteurs.

**Un dernier conseil :** si vous souhaitez améliorer votre taux de conversion, vous devrez réaliser des tests. C'est-à-dire rédiger des lettres de vente identiques à un détail près, celui que vous souhaitez tester. Cela peut être votre accroche, votre liste à puces, la couleur de fond...

Il existe un outil gratuit fourni par Google à découvrir sur cette page : <http://www.google.com/websiteoptimizer>

**Attention :** la plupart des personnes achètent des produits afin d'améliorer leurs connaissances, mais ne passent jamais à l'action...

**Vous savez maintenant ce qu'il vous reste à faire !**

À votre succès,

[AFFILIPAYE](#)