



Qui est l'auteur

Je suis Thérèse M. Olivier, spécialiste du Marketing Internet et du Positionnement de sites dans les moteurs de recherche. Après des années de recherches et de tests, j'ai décidé de partager mes connaissances et j'ai écrit « Comment être N°1 sur Google – et les autres moteurs ».

Internet vous offre une formidable opportunité de devenir votre propre patron et de vivre très confortablement. Tout le monde peut y arriver, à condition de savoir comment s'y prendre.

J'ai passé plusieurs années à comprendre et mon but aujourd'hui est d'aider les autres afin de leur éviter les écueils que j'ai connus.

Avec mon associée, Vérane, nous tentons être complémentaires. Ingénieur en Informatique, Vérane développe nos produits et fait les didacticiels. Pour ma part, j'étudie le Marketing Internet et le Positionnement de sites. Je rédige les livres et fais sans cesse des tests pour améliorer mes techniques.

Mon objectif est de rendre le Marketing Internet facile pour tous – et pas seulement pour les entreprises qui ont les moyens de se payer des cabinets de marketing.

Internet est une chance pour tous, tout le monde peut réussir. Il faut, c'est sûr, être tenace, courageux et ne jamais lâcher prise. Les échecs sont des moyens pour comprendre où l'on a fait des erreurs et pas une fin en soit. J'ai connu beaucoup d'échecs, mais aujourd'hui j'ai des succès.

Avec un investissement de départ de 200 Euros, vous pouvez gagner – au minimum – 2000 Euros par mois dans les 6 prochains mois. Je peux vous l'assurer, je connais des personnes qui y sont arrivées, et moi-même j'en suis un exemple.

Un bon hébergement, un design simple, un bon positionnement, de bonnes techniques de marketing et un peu de talent pour écrire peuvent faire de vous des multi-millionnaires demain.

Il faut travailler, s'investir, apprendre et en vouloir, comme dans la vie réelle.

Je vous souhaite une bonne lecture,

Thérèse M. Olivier

Cet eBook vous a été donné **gratuitement**.

Sentez-vous libre de le proposer à votre tour, à 3 conditions :

1. L'offrir GRATUITEMENT et en aucun cas le vendre.
2. Le garder intact comme vous l'avez reçu
3. Ne pas faire de SPAM pour le distribuer. Le spam est un courrier commercial non sollicité adressé à une ou des personnes qui ne vous connaissent pas.

Que faut-il pour vendre sur Internet ?

Si vous n'avez pas encore votre site et envisagez d'en créer un, ne pensez pas qu'il suffit de mettre votre site en ligne et que les ventes vont affluer toutes seules ! Il existe des millions de sites sur Internet, il faut déjà que les gens vous trouvent, et ensuite, il y a certaines conditions requises, sans lesquelles vous ne vendrez rien.

Si vous avez déjà un site en ligne, vous devez savoir de quoi je parle. Avez-vous des ventes ? Le nombre de ventes que vous réalisez vous satisfait-il ? Si c'est le cas, tant mieux pour vous. Mais dans le cas contraire, j'imagine que vous êtes certainement déçu, peut-être avez-vous même envisagé de renoncer, persuadé qu'Internet « n'est pas pour vous » ?

Je vous rassure, je suis aussi passée par là. En fait, si vous ne vendez pas, ou peu, c'est qu'il vous manque les techniques et les outils de vente sur Internet.

Prenons un exemple dans la vie de tous les jours. Vous vous promenez tranquillement, un samedi après-midi, dans une rue marchande. Attiré par un des articles de la vitrine, vous entrez dans un magasin. Une fois à l'intérieur, vous faites rapidement le tour puis sortez. Imaginons qu'une personne se soit dirigée vers vous, elle vous aurait parlé de toutes les caractéristiques de l'objet qui vous intéressait, et peut-être auriez-vous acheté.

Sur Internet, c'est à la fois un peu pareil, et en même temps différent...

Un site Internet est différent d'un magasin car :

- les gens ont la possibilité de passer d'un site à l'autre en une fraction de secondes – vous ne pourrez jamais passer d'un magasin à l'autre aussi vite
- les gens vont sur Internet, en premier lieu, pour rechercher de l'information, et non pour acheter. Alors que lorsque vous entrez dans une boutique, attiré par un objet, vous envisagez peut être l'achat.

Par contre, ce qui est commun au magasin et au site Internet, c'est **l'information** et le **contact**. Vous n'achèterez pas un produit sur lequel vous ne savez rien. Et vous ne pourrez pas acheter si le vendeur part dans la remise dès votre entrée et ne réapparaît jamais.

Il vous faut donc impérativement ces deux éléments sur votre site si vous voulez vendre votre produit.

Qu'est-ce que l'information

Donnez-vous des informations sur vos produits à vos visiteurs ? Si oui, avez-vous pensé à la manière dont vous présentez les choses ?

Sur la plupart des sites marchands que je visite, je constate la même chose dans les menus de navigation :

- un bouton « Produits »
- un bouton « Commande »
- un bouton « Contact »

Pensez-vous vraiment que vous allez vendre avec ce type de menu ? Je le répète car c'est extrêmement important : les gens ne vont pas sur Internet pour acheter, mais pour trouver des informations (gratuites). Par conséquent, le visiteur arrive sur votre site, voit le bouton « Commande »... et repart immédiatement, car **il ne veut pas acheter !**

Comment vendre à quelqu'un qui ne veut pas acheter ? Tout simplement en commençant par lui donner ce qu'il veut : les informations gratuites qu'il était venu chercher sur votre site.

Il ne s'agit pas d'avoir une page « Produits », avec la liste de vos produits, et en dessous des descriptions du type : « achetez mon produit, c'est le meilleur,... » Ce n'est pas cela qu'attend votre visiteur.

Vous devez commencer par rédiger des articles en donnant de l'information à vos visiteurs. Souvenez-vous que c'est ce qu'ils recherchent. Ils ont un problème, ils cherchent une solution, et vous devez leur expliquer que VOUS avez la solution à leur problème.

Rédigez des articles intéressants, captivez votre lecteur et surtout, donnez toujours un titre qui donne envie de lire sinon, à quoi bon ? Ce sont ces « titres » qui composeront le menu de navigation de votre site.

Vous me direz : « C'est bien joli tout ça, mais quand est-ce que je vend ? » Ne vous impatientez pas, nous y venons.

Comment entrer en contact

Il est fondamental d'établir un contact avec votre visiteur. Vous avez un bouton « Contact » sur votre site ? C'est bien. Et puis ? C'est tout ? Et c'est avec cela que vous pensez entrer en contact avec votre visiteur ?

N'oubliez pas une chose : le visiteur est arrivé sur votre site, il l'a parcouru, a lu vos articles qu'il a trouvé très intéressants, et vous voulez encore que ça soit lui qui clique sur le bouton « Contact » pour en savoir plus ? Certains le feront, si vraiment vous avez suscité leur attention et excité leur curiosité, mais les autres ? Vous allez les laisser partir comme cela, sans rien dire ni faire ? Ils sont à un clic de souris de vos concurrents, pensez-y !

A partir du moment où le visiteur sort de votre site, vous ne le reverrez plus jamais, à moins d'avoir gardé ses coordonnées. Vous devez donc lui demander de vous donner son nom et son e-mail, et non pas attendre qu'il vous les donne.

Bien sûr, une phrase du type : « Laissez-moi votre e-mail afin que je vous contacte ultérieurement pour vous vendre mon super produit » n'aura aucun effet. Personne n'aime être démarché, poussé à acheter. S'il n'a pas acheté la première fois, votre visiteur n'a pas envie d'être re-contacté. Et même si vous ne parlez pas de votre produit, pourquoi votre visiteur vous laisserait-il son adresse e-mail ?

C'est très simple. Vous devez lui offrir quelque chose. Faites-lui un cadeau et dites simplement : « Pour recevoir votre cadeau, veuillez saisir votre nom et votre e-mail ». De cette manière, vous êtes à peu près certain de récupérer les coordonnées du visiteur. Tout le monde aime recevoir des cadeaux, et on peut bien laisser son nom et son e-mail si c'est pour une bonne raison.

D'ailleurs, c'est une technique utilisée depuis bien longtemps. N'avez-vous jamais trouvé ce genre de coupons dans votre boîte aux lettres ? On vous propose de vous envoyer un cadeau, mais bien sûr pour le recevoir vous devez remplir et renvoyer le bon en indiquant vos nom et coordonnées. Sur Internet, c'est le même

principe : pour que le webmaster puisse vous envoyer votre cadeau par e-mail, il a besoin... de votre e-mail ! Logique !

Alors, me direz-vous, que faire comme cadeau ? Je ne peux pas vous répondre. Tout dépend du contenu de votre site et de ce que vous proposez. Il est évident que si vous avez un site sur le jardinage, vous n'allez pas proposer un eBook sur les voitures. Le cadeau doit être en étroite relation avec le thème de votre site, sinon il n'intéressera pas votre visiteur.

Ensuite, comme nous sommes sur Internet, le cadeau peut être un eBook, une vidéo, un extrait audio, un mini-cours, out tout simplement en donnant plus d'information sur votre produit ou service. .

Votre plus grande richesse

Vous connaissez à présent les principes de base à appliquer pour vendre vos produits. Vous avez donné de l'information, vous avez récupéré les nom et e-mail de vos visiteurs, à présent il est temps de vendre. Remarquez que le simple fait de présenter les choses différemment sur votre site peut déjà à lui seul augmenter le nombre de vos ventes. Mais vous n'avez encore rien vu !

Les nom et adresse e-mail de vos visiteurs sont ce que l'on appelle votre fichier de prospects, et croyez-moi, c'est votre plus grande richesse !

Certains d'entre eux auront peut-être déjà commandé, c'est bien. Mais s'ils sont contents du produit, ils commanderont une deuxième fois, une troisième fois, etc. Tout dépend du nombre de produits que vous avez à leur proposer. Mais même si vous avez 1000 produits à vendre, vous devez convaincre vos prospects qu'ils doivent les acheter, car ils ne le feront pas tout seul.

Et pour les prospects qui n'ont encore rien commandé, c'est la même chose. Vous devez leur écrire, communiquer avec eux, établir une relation de confiance, et très certainement un jour, ils passeront commande, d'un produit, puis un autre, etc. C'est comme cela que ça fonctionne.

Il ne vous reste plus qu'à passer à l'action, et vous multiplierez vos ventes en un rien de temps.

Répondez et vendez, même lorsque vous dormez !

Vous venez de mettre votre site en ligne ? Combien avez-vous de visites par jour ? Tout dépend de la manière dont vous amenez les gens à visiter votre site. En gros, il y a 3 façons de faire :

- Vous faites de la publicité – Si vous avez un budget important, c'est une façon très facile et rapide d'obtenir de visiteurs. Mais faites bien attention à faire de la publicité « ciblée », sinon vous risquez d'avoir des visites de personnes qui ne sont pas intéressées par votre produit, et qui ne prendront même pas la peine de vous lire. Impossible dans ce cas de construire votre fichier de prospects.
- Vous payez une société de référencement – Pour cela, vous avez besoin d'un budget important encore, et le problème c'est que vous n'avez aucune garantie de résultat. Si ça marche, c'est fantastique, car vos visiteurs vont sur un moteur de recherche, tapent quelques mots dans la case de recherche, et tombent sur votre site assez rapidement. Mais c'est extrêmement coûteux et... non garanti !
- Vous faites le référencement vous-même – Si vous avez un petit budget, c'est la meilleure solution. En arrivant à positionner votre site dans les premières pages de résultats des moteurs de recherche, vous obtiendrez chaque jour un énorme flot de visiteurs intéressés par votre produit. Pour ceux qui n'ont aucune idée de la façon dont on fait cela, vous trouverez toutes les étapes, expliquées clairement et pas à pas dans « Comment être N°1 sur Google ».

Si vous n'avez rien mis en œuvre pour amener du trafic sur votre site, vous devez avoir une dizaine de visiteurs par jour, grand maximum. Mais si vous avez déjà ne serait-ce que 100 visites quotidiennes, vous vous demandez certainement comment vous allez faire pour écrire à toutes ces personnes, chaque jour.

Rassurez-vous, vous avez à votre disposition un outil fabuleux qui vous permettra de ne rien avoir à faire du tout. Vous n'allez

certainement pas recevoir les coordonnées de vos prospects dans votre boîte aux lettres ! Et vous ne leur écrivez pas non plus un à un. Votre fichier de prospects va tout simplement se construire tout seul, même lorsque vous dormez ! Vous êtes sur le point de découvrir toute la puissance de... l'autorespondeur.

Qu'est-ce qu'un autorespondeur ?

Pour résumer : l'autorespondeur, c'est le programme qui va faire tout le travail à votre place ! C'est lui qui va stocker les nom et adresse e-mails de vos prospects, c'est lui qui va leur envoyer leur cadeau, qui va leur envoyer les informations sur vos produits, etc.

De votre côté, vous avez simplement à le programmer, c'est à dire à mettre en place l'envoi des différents e-mails. Comme vous allez le voir, c'est extrêmement simple, et vous ne faites le travail qu'une seule fois. Lorsque vous aurez compris et surtout constaté la puissance de cet instrument et l'impact qu'il a sur vos ventes, vous ne pourrez plus concevoir un site web sans ce fabuleux outil.

Pour faire une comparaison, disons que l'autorespondeur serait une sorte de commercial, disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, infaillible. Et quand je dis « un commercial », je devrais plutôt dire « plusieurs commerciaux », car peu importe que vous ayez 10, 100 ou 1000 visites, il sera toujours là.

Alors concrètement, comment cela fonctionne-t-il ? Comme pour le référencement, vous avez plusieurs possibilités : utiliser les services payant d'un autorespondeur, ou bien utiliser le vôtre. Là encore, cela dépend de votre budget.

Comment fonctionne un autorespondeur ?

Que vous choisissiez d'installer l'autorespondeur sur votre propre serveur, ou que vous utilisiez les services d'un fournisseur, le fonctionnement reste le même.

La toute première chose à faire, c'est de créer votre liste. Vous devrez avoir une liste pour chaque fichier que vous allez créer. En

général, il vous faudra au minimum 2 fichiers par produits : votre fichier de prospects et votre fichier de clients. Vous aurez donc une liste pour vos prospects et une autre pour vos clients, et ceci pour chaque produit.

Prenons un exemple concret : imaginons que vous vendiez un livre intitulé « Comment faire des économies et augmenter son budget mensuel de 50% ». Vous allez tout d'abord créer, dans votre autorespondeur, une « liste » intitulée « economie_prospects ». Ensuite, il vous faut placer sur votre site un formulaire d'inscription à cette liste, comme nous l'avons vu. Pour cela, offrez à vos visiteurs un cadeau auquel ils ne pourront pas résister, afin de les inciter à s'inscrire. Pour recevoir leur cadeau, ils devront remplir votre formulaire, et leur nom et leur e-mail viendront directement dans votre liste economie_prospects.

Dans cet exemple, on pourrait offrir quelques trucs pour faire des économies. Le titre du formulaire pourrait être « Les 10 trucs qui vont vous faire économiser 100 euros par mois ». Bien entendu vous n'allez pas dévoiler complètement ce qu'il y a dans votre livre, mais vous en donnez assez pour éveiller la curiosité et l'envie de passer à l'achat.

Vous n'avez pas besoin de connaître le HTML, car tous les autorespondeurs proposent une fonction que génère automatiquement le formulaire pour vous. Il ne vous reste donc plus qu'à insérer le formulaire sur une (ou plusieurs) des pages de votre site.

Bien sûr, avant de mettre en place le formulaire sur votre site, il faut paramétrer les messages de votre liste. En l'occurrence, pour la liste economie_prospects, le premier message à paramétrer devra contenir un lien permettant à l'abonné de télécharger son cadeau. Une fois l'inscription effectuée, l'utilisateur recevra automatiquement et immédiatement le premier e-mail de la liste economie_prospects, et pourra ainsi télécharger son cadeau.

Libre à vous d'écrire ce que vous souhaitez dans les autres messages de la liste. Mais n'oubliez pas qu'il faut avant tout offrir des informations. Donnez le plus d'informations possibles à vos abonnés – qui sont vos prospects – mais ne donnez pas tout.

Il faut laisser une part de non-dit, car c'est précisément là qu'intervient votre produit : « Si vous êtes réellement motivé pour faire de grosses économies, cliquez ici ». En cliquant, votre prospect arrive sur la page de vente de votre produit.

Vous pouvez programmer autant d'e-mails que vous souhaitez dans votre liste, et également programmer la fréquence d'envoi des mails. Par exemple, le 1^{er} e-mail est envoyé immédiatement, le 2^{ème} est envoyé 3 jours plus tard, le 4^{ème} est envoyé encore 3 jours plus tard, etc.

Il faut trouver une fréquence d'envoi des mails qui soit ni trop élevée, ni trop faible. Si vous envoyez un e-mail tous les jours, vos prospects vont se lasser, et risquent même de ne pas vous lire. A l'inverse, si vous n'écrivez qu'une fois par mois à vos prospects, c'est trop peu et vous ne pourrez pas établir une relation de confiance avec eux de cette manière.

Je vous rappelle qu'une fois que vous aurez écrit et programmé tous les e-mails de votre liste, vous n'aurez plus à le faire, et vos e-mails seront envoyés automatiquement à toutes les personnes qui rempliront votre formulaire.

Vous perdez plus de 90% de vos ventes !

Pensez bien aux messages que vous allez programmer, leur contenu est fondamental. C'est grâce à cela que vos prospects deviendront vos clients.

Créez une autre liste pour vos clients, de la même manière. Le premier message devra remercier le client pour son achat, et éventuellement lui indiquer les instructions de téléchargement, s'il s'agit d'un produit téléchargeable. Ensuite, pour les messages suivants, c'est à vous de voir. Mais d'une manière générale, il faut continuer à donner de l'information, et présenter vos nouveaux produits si vous en avez.

Une fois la confiance établie, votre client ne se contentera pas d'un achat, il vous achètera d'autres produits. Et vous allez voir à quel point il est important d'envoyer régulièrement de l'information à vos prospects. En effet, les statistiques prouvent que sur Internet, la plus grosse partie des ventes n'est pas réalisée la première fois :

- seulement 2% des ventes sont réalisées lors du 1^{er} contact (1^{ère} visite sur votre site)
- 3% des ventes sont faites lors du 2^{ème} contact (1^{er} message de votre liste de prospects)

- 5% des ventes sont faites lors du 3^{ème} contact (2^{ème} message de votre liste de prospects)
- 10% des ventes sont faites lors du 4^{ème} contact (3^{ème} message de votre liste de prospects)
- **80% des ventes sont faites entre le 5^{ème} contact et le 12^{ème} contact !**

Vous rendez-vous compte à présent des ventes que vous perdez chaque jour, sans un autorespondeur en place sur votre site ?

Pensez bien à son importance. Vous pouvez passer des heures à peaufiner votre site, à le référencer, faire des échanges de liens. Mais sans autorespondeur, vous perdez plus de 90% de vos ventes !

Si vous voulez avoir du succès dans les affaires, il faut faire comme les sites qui gagnent de l'argent. Ces sites possèdent tous un système autorespondeur, grâce auquel ils réussissent à construire d'énormes fichiers de prospects, et leur chiffre d'affaires continue à grimper de façon exponentielle – nous verrons comment.

Pour réussir sur Internet, il faut utiliser les outils des professionnels et voir grand, toujours plus grand.

Les petits plus qui font la différence

Comme nous l'avons déjà vu, vous avez besoin d'au moins deux listes pour chaque produit :

- Votre liste de prospects vous permet de garder contact avec la plupart de vos visiteurs, dans le but de les transformer en clients. Ne laissez pas s'échapper vos visiteurs sans garder leur contact, car comme nous l'avons vu, vous perdez plus de 90% de vos ventes.
- Avec votre liste de clients, vous continuez à garder le contact avec des personnes qui vous ont acheté un produit. De cette manière, vous pouvez être sûr qu'ils vous achèteront d'autres produits par la suite.

Mais vous pouvez créer autant de listes que vous le souhaitez, car après tout, chaque liste aura la fonction que vous lui donnerez.

Imaginons par exemple que vous hésitez entre 2 cadeaux à offrir à vos prospects, en échange de leur inscription dans votre liste. C'est une question très délicate. Car si le cadeau ne leur plait pas, vous aurez peu d'inscriptions – et donc un petit fichier de prospects. Alors que si vous changiez simplement le cadeau, votre fichier pourrait doubler, voire tripler.

Il est donc fondamental de choisir un cadeau qui « fonctionne ». Et comment faire cela ? En utilisant vos listes !

Sur une page de votre site, proposez votre premier cadeau, et dirigez vos inscrits dans une première liste. Sur une autre page, proposez votre deuxième cadeau, et dirigez les abonnés dans une deuxième liste. Il vous suffira ensuite de comparer les deux listes et vous verrez bien quelle liste grossit le plus vite. Vous saurez alors quel est le cadeau le mieux adapter pour obtenir le meilleur fichier de prospects. Vous pouvez bien sûr créer autant de listes que de cadeaux à tester.

Une autre utilisation possible des listes, c'est la réponse aux questions que se posent vos visiteurs. Il est très important de mettre en place une liste de ce type, dès le début. Cela vous donnera immédiatement un plus, vos visiteurs apprécieront et vous percevront comme quelqu'un de professionnel.

De quoi s'agit-il exactement ?

Si votre site est déjà en ligne, vous avez déjà dû certainement recevoir des e-mails de visiteurs, vous posant des questions. Et je suis sûre que certaines questions reviennent fréquemment. Faites une liste de ces questions : notez par exemple les 10 questions les plus souvent posées, et leurs réponses.

Ouvrez ensuite une liste que vous pourrez intituler `faq_votreproduit` par exemple. Le premier e-mail de cette liste – c'est à dire celui qui sera envoyé immédiatement – contiendra la liste des 10 questions les plus posées et leurs réponses. Cette liste sera destinée aux personnes qui ont une question à vous poser.

Dès qu'il vous écriront pour vous poser une question, ils recevront cet email, dans lequel vous leur expliquerez que la réponse à leur question peut se trouver dans l'e-mail. Si c'est le cas, le visiteur sera ravi, car il aura sa réponse instantanément. Et si ce n'est pas le cas, invitez le visiteur à transférer sa question au service approprié. Il

sera content d'avoir eu une réponse immédiate, preuve que vous vous intéressez à lui.

Je peux vous dire que ce système, en plus de vous construire une réputation de professionnalisme, vous évitera aussi de répondre à des centaines d'e-mails.

Pour finir, une dernière technique : les listes croisées.

C'est un concept extrêmement puissant, qui peut faire augmenter vos ventes de manière exponentielle.

L'idée est très simple. Imaginons que vous ayez une liste de personnes intéressées par un sujet donné. Et que vous ayez une autre liste de personnes intéressées par un autre sujet. Dans chacune des listes, vous donnez des informations précises, qui captivent votre lecteur et l'incitent à acheter votre produit. Qui vous dit que votre liste de premiers prospects n'est pas également intéressé par les informations que vous donnez dans votre deuxième liste, et réciproquement ?

Ce ne sera peut-être pas le cas, mais sait-on jamais. Vous ne pouvez en être sûr, à moins de poser directement la question à l'intéressé ! Pour cela, rien de très compliqué. A la fin de chaque message de votre première liste, invitez tout simplement votre lecteur à s'inscrire à votre deuxième liste si le sujet l'intéresse. Et faites de même dans la deuxième liste.

De cette manière, les personnes inscrites dans la liste N°1 et qui achèteront le produit N°1, auront également la possibilité d'acheter le produit N°2, et cela est valable pour 2 produits comme pour 100 !

Vous voyez à présent quelles sont les possibilités d'utilisation d'un autorespondeur ? Je vous ai donné quelques idées, reste à mettre votre imagination à l'œuvre ! Par contre, il reste un point très important à aborder.

Comme vous devez le savoir, le spam est interdit. Le spam, c'est l'envoi d'e-mails à des personnes qui ne les ont pas sollicités.

Vous devez toujours, à la fin de vos e-mails, mettre un lien qui permette à votre abonné d'arrêter de recevoir vos e-mails s'il le souhaite.

C'est très important et cela fait partie des bonnes règles du marketing.

De même, vous ne pouvez pas utiliser le concept de listes croisées sans autorisation. Il est interdit d'inscrire une personne sur une liste si elle n'en a pas fait la demande. Aussi, ne pensez pas que vous allez pouvoir inscrire automatiquement un de vos abonnés sur toutes vos listes.

Ne faites pas comme certains webmasters peu scrupuleux, chez qui on s'inscrit à une seule liste, et l'on se retrouve en fait inscrit sur 4 listes.

Autre chose : ne vendez ni ne louez jamais vos fichiers. Cela briserait la confiance que vous avez mis tant de temps à acquérir de la part de vos prospects, et vous verriez chuter vos ventes. Lors de l'inscription sur votre site, précisez toujours que les informations sont en sécurité avec vous.

Vous n'allez pas vendre le nom et l'e-mail de vos abonnés, alors dites-le leur. Cela fait partie de la net-étiquette.

Comment écrire des messages qui vendent

C'est sans doute la partie la plus délicate, celle sur laquelle vous devrez passer le plus de temps : la rédaction de vos messages. N'oubliez jamais que ce sont vos e-mails qui vont faire la décision pour l'achat de vos produits.

Le but de chaque message, c'est de transformer l'intérêt potentiel de votre visiteur pour votre produit, en une décision, en une action : l'achat.

Il ne faut certainement pas rédiger un e-mail rempli de superlatifs : mon produit est le plus beau, c'est le meilleur, etc. Cela ne fonctionne pas, et dans ce cas autant ne rien écrire.

Vous devez commencer par toucher le lecteur, exciter sa curiosité, lui donner envie d'en savoir plus, d'en avoir plus. Imaginez que votre lecteur est en face de vous, et que c'est un ami. Expliquez-lui tous les bénéfices qu'IL va retirer de votre produit, établissez la confiance en lui parlant honnêtement.

Impliquez-vous dans vos e-mails, mettez-y du cœur. Relisez, corrigez, faites lire vos mails à vos amis et demander leur avis. Vous devez donner l'envie d'acheter, il faut que votre lecteur se sente incapable de refuser votre offre.

Faites des phrases courtes, faciles à comprendre. Ne racontez pas votre vie, le lecteur risque de s'ennuyer et de ne plus vous lire. N'oubliez jamais que la personne qui intéresse le plus votre lecteur, c'est lui même !

Votre e-mail doit être instructif, intéressant, passionnant même. L'intérêt du lecteur doit grandir au fur et à mesure qu'il lit votre texte.

Faites des paragraphes courts. Allez à la ligne tout les 65 caractères espaces compris. Ne faites pas de coupure de mot entre 2 lignes. Ecrivez le plus positivement possible, mettez quelques verbes d'action.

Autre point très important : personnalisez vos messages. Par exemple, ne commencez pas votre e-mail par « Bonjour » (ou même « Salut » comme il m'est arrivé de lire), mais plutôt : « Bonjour Jean » - si bien sûr votre prospect s'appelle Jean !

Je vous rassure, vous ne serez pas obligé d'écrire à chacun de vos prospects, un à un, pour faire cela. Les autorespondes proposent l'utilisation de champs prédéfinis. Vous avez simplement à programmer vos emails en commençant par « Bonjour [prénom] », et le prénom de votre prospect sera automatiquement inséré lors de l'envoi de l'e-mail.

Ensuite, rien ne vous empêche dans le corps même du message, d'interpeller votre lecteur par son prénom. Par exemple : « Qu'attendez-vous, [prénom] ? » qui donnera : « Qu'attendez-vous, Jean ? » C'est extrêmement efficace pour établir la confiance avec votre prospect et vous rapprocher de lui.

Pour fini, voici quelques conseils :

- Insérez un témoignage dans un de vos messages. Rien n'est plus convaincant que de lire l'histoire d'un client satisfait.
- N'oubliez jamais le lien vers le bon de commande. Par exemple, concluez votre message par un PS du type :
« N'attendez plus, votre exemplaire vous attend. Cliquez ici :
... »
- Ayez une signature « qui vend », par exemple :

Pierre Martin

Pour savoir comment doubler vos ventes :

http://www.votredomaine.com/votre_produit1

Pour faire...

http://www.votredomaine.com/votre_produit2

Quel autorespondeur choisir ?

Des autorespondeurs, ce n'est pas ce qui manque sur Internet, mais attention : un mauvais choix peut être fatal. N'oubliez pas que c'est votre nom qui est en jeu. Si vous annoncez sur votre site : « Recevez immédiatement ce mini-cours », le mini-cours doit arriver dans la minute chez votre abonné. Sans quoi, il n'aura pas confiance en vous, et cette confiance perdue, vous ne pourrez plus jamais la récupérer.

Je vais commencer par les services d'autorespondeur gratuits. Si vous avez peu de moyens et que vous débutez sur Internet, vous penserez peut-être que c'est la solution idéale... Ne commettez pas cette erreur !

Pourquoi les entreprises vous proposent-elles d'utiliser gratuitement leur autorespondeur ? Parce que vous leur êtes sympathique ? Certainement pas. Tout simplement pour faire de la publicité. Si vous utilisez un tel service, sachez que chacun de vos e-mails commencera par une de leurs publicités.

C'est très embêtant, car c'est la première image que votre lecteur aura de vous. Il s'inscrit sur votre liste pour recevoir une information... et le message commence par de la publicité. Ce n'est pas bon, tout d'abord parce que cela nuit à votre image, et en plus vous détournez l'intérêt de votre lecteur.

Dans la majorité des cas, votre abonné ne prendra même pas la peine de vous lire et se désinscrira immédiatement de votre liste. Je vous déconseille vivement ce type d'autorespondes.

Pour bien commencer, il vous faut investir un minimum, mais croyez-moi, cela en vaut la peine.

La première possibilité, c'est de vous adresser à une société payante. Là encore, prudence, car très peu proposent un service de bonne qualité. Je peux vous en citer trois :

- Aweber

C'est certainement eux qui offre le meilleur service. Pour 19,95 dollars par mois, vous aurez à votre disposition un outil extrêmement puissant, utilisé par les plus grands noms d'Internet. Vous pouvez stocker jusqu'à 10 000 adresses, et au-delà, il vous faudra compte 9,95 dollars pour chaque 10 000 adresses supplémentaires. Le seul reproche, c'est qu'ils sont extrêmement pointilleux et qu'ils obligent vos abonnés à confirmer leur inscription (si celle-ci est faite pas e-mail). Si la personne est vraiment intéressée, elle confirmera, mais si vous n'arrivez pas à la convaincre, vous perdez un abonné. Malheureusement, ce système peut vous faire perdre entre 25 et 30% d'inscriptions.

<http://www.aweber.com>

- GetResponse

Pour 17,95 dollars par mois, vous avez à votre disposition un bon outil. Le gros problème, c'est que leurs serveurs sont très souvent en maintenance, principalement le week-end. Ce n'est pas bon du tout pour les affaires.

<http://www.GetResponse.com>

- QuickTell

Leur service est très décevant : leurs serveurs tombent souvent en panne, et personne ne prévient le client (c'est à dire vous),

certaines fonctionnalités ne fonctionnent pas et sont « réparées » au coup par coup, à la va-vite,... Franchement, pour 29,95 dollars par mois, on ne peut qu'être déçu.

<http://www.qt-pro.info>

Faites-vous votre propre opinion en faisant vous-même l'essai, puisque chacun vous en offre la possibilité. Seul problème, toutes ces sociétés sont américaines, et leur site est en anglais. Cela peut être un problème pour ceux qui ne parlent pas l'anglais.

J'ai personnellement testé ces trois services et franchement, je vous conseille Aweber. Bien sûr, si vous débutez, vous n'avez peut-être pas envie de dépenser 19,95 dollars tous les mois, et je vous comprends.

Lorsque j'ai moi-même commencé, c'est l'erreur que j'ai faite. Et le problème, c'est que je n'ai pas réussi tout de suite à vendre. Si vous suivez mes conseils, vous éviterez les écueils par lesquels je suis passée, et j'espère que vous conclurez des ventes dès le premier mois.

Je sais que certains y arriveront, car je reçois chaque jour des témoignages. Mais certains mettent plus de temps que d'autres et c'est pourquoi j'ai fait développer pour eux « Autorespondeur Facile ».

C'est outil – en français – est destiné à tous ceux qui débutent et n'ont pas encore les moyens de jeter chaque mois 20 dollars par la fenêtre. Il s'installe sur votre propre serveur en 10 minutes à peine et vous n'avez de comptes à rendre à personne.

Pour de plus amples informations sur « Autorespondeur Facile 1.0 », cliquez ici :

[Autorespondeur Facile Version 1.0](#)

Conclusion

J'espère que cet eBook vous a plu et que vos ventes vont rapidement grimper en flèche. Vous aussi, vous pouvez réussir sur Internet, à condition d'utiliser les bons outils et de suivre certaines règles. Les personnes qui gagnent le plus d'argent sur Internet sont celles qui utilisent les bons outils.

Pour seulement 19,95 Euros, « Autorespondeur Facile » est à vous, pour la vie ! Pas de mensualités, pas de règles contraignantes, et pas de problèmes intempestifs de serveur (à condition d'avoir un bon hébergeur).

Profitez vite de cette offre, car mes programmeurs sont en train de travailler sur une nouvelle version qui sera vendue un peu plus cher. Si vous achetez la version 1.0, je vous offre gratuitement la version 1.1 ainsi que toutes celles qui suivront !

Alors n'attendez pas, commandez maintenant :

[Autorespondeur Facile Version 1.0](#)

Je connais des personnes qui n'ont qu'une seule page sur Internet, et qui vendent leur produit uniquement avec leur autorespondeur. Tout est programmé, automatisé, et ils encaissent des milliers d'Euros tout en jouant au golf ou au tennis !

Bien sûr, pour arriver à un tel résultat, il ne faut pas seulement un bon autorespondeur. Faut-il encore savoir écrire et convaincre les lecteurs qu'ils doivent acheter votre produit.

Si l'écriture n'est pas votre fort, n'ayez crainte : c'est comme tout, il suffit d'apprendre. Je vous conseille vivement le cours de Christian H. Godefroy intitulé « Comment écrire une lettre qui vend ». Pour en savoir plus, cliquez ici :

[Comment écrire une lettre qui vend](#)

Ce cours est vraiment fabuleux. Comme son nom l'indique, il vous explique comment faire pour écrire une lettre qui vend, mais aussi un e-mail ou une page de vente. A l'aide des logiciels fournis avec la méthode, vous serez capables de rédiger des textes accrocheurs que vous n'auriez jamais imaginés.

Je vous souhaite bon courage et beaucoup de réussite.

Cet eBook vous a été donné **gratuitement**.

Sentez-vous libre de le proposer à votre tour, à 3 conditions :

4. L'offrir GRATUITEMENT et en aucun cas le vendre.
5. Le garder intact comme vous l'avez reçu
6. Ne pas faire de SPAM pour le distribuer. Le spam est un courrier commercial non sollicité adressé à une ou des personnes qui ne vous connaissent pas.

Table des matières

Qui est l'auteur	2
Que faut-il pour vendre sur Internet ?	4
Qu'est-ce que l'information.....	5
Comment entrer en contact.....	6
Votre plus grande richesse.....	7
Répondez et vendez, même lorsque vous dormez !	8
Qu'est-ce qu'un autorespondeur ?	9
Comment fonctionne un autorespondeur ?	9
Vous perdez plus de 90% de vos ventes !	11
Les petits plus qui font la différence	12
Comment écrire des messages qui vendent	15
Quel autorespondeur choisir ?	17
Conclusion	20