

Comment créer un site à succès

Tome 1

Les 7 secrets
pour obtenir
plus de clients
sur internet

Par Marco
de Site à Succès



Wwep

Sommaire

Présentation	3
Avec ou sans produit, vous pouvez vendre sur internet	5
Vous n'avez pas de site	5
Vous avez déjà un site en ligne	5
Entrez dans la boutique.....	5
Comment bien informer	6
Proposez des témoignages,	6
Comment accueillir votre visiteur	8
Offrez-lui un cadeau	8
Maintenant, il faut vendre	9
Votre atout majeur	9
Vendez ! Même la nuit, même en vacances !	10
L'auto-répondeur, une machine de guerre exponentielle pour vos ventes ! ..	11
L'auto-répondeur	11
Un liste pour vos prospects	11
Une autre liste pour vos clients.....	14
Les listes croisées. Une idée exponentielle	16
Ecrivez des messages à fascination	17
Et maintenant, quel auto-répondeur choisir	19
Conclusion	20

Marco Brandelard - Présentation

Je m'appelle Marco Brandelard.

On va dire, Marco de Site à Succès

J'ai choisi de partager avec vous mon expérience et mes connaissances acquises sur internet, vaste sujet.

Je suis graphiste de formation, depuis près de 40 ans, j'aime mon métier et je me suis même spécialisé en fabrication de site internet il y a de ça quelques années.

De plus, j'adore l'informatique. Mon outil préféré est mon MacBook Pro et mon iPhone 6+.

Les sites que j'ai réalisés, au début, étaient des sites du type «carte de visite». Des sites qui n'étaient là que pour présenter une activité mais dont les pages sont statiques et rarement mises à jour.

Ce que les clients me demandaient était une présence sur le net mais ne rapportait aucun nouveau client.

J'ai réfléchi longuement et je me suis dit que je sous-exploitaient cet outil si puissant qu'est le net. Grâce à la puissance d'un ordinateur actuel et les progrès réalisés ces dernières années sur le net, je me suis dit qu'il devait exister des moyens d'automatiser mon marketing afin de booster mon activité grâce à internet.

Je me suis demandé comment créer un site qui rapporte, un site à succès.

Un site qui, grâce à des programmes bien précis, trouve sa cible, crée des listes de prospects et de clients dans les niches bien précises d'une activité quelconque.

Et tout ceci au-to-ma-ti-que-ment.

Je me suis beaucoup documenté, notamment aux Etats-Unis. Ils sont à la pointe du sujet. Et j'ai découvert des programmes extraordinaires.

Des programmes d'animations, de présentations, de recherche de cibles, d'auto-répondeur, de distribution de formations, d'affiliations, etc...

J'ai décidé de partager ces découvertes avec vous et de rendre le marketing sur internet à la portée de tous.

J'ai acheté tous ces programmes.

J'ai passé des centaines d'heures à les comprendre et les tester.



Très vite je me suis aperçu que j'en avais même acheté qui faisaient double-emploi, mais bon, cela m'a permis de les tester et donc de les comparer pour ne garder que les meilleurs ou ceux que j'estime être les plus conviviaux et faciles à utiliser.

Je ne m'adresse pas, vraiment ici, aux grandes entreprises qui ont des moyens et des budgets marketing élevés mais bien à tous ceux qui rêvent à leur **indépendance financière**, qui ont envie de quitter leur travail d'employé parce qu'ils ont l'intention de vendre un produit ou leur activité et de jouir de leur temps de travail comme ils l'entendent.

Internet est une chance pour toute personne qui saura la prendre. Et tout le monde peut avoir cette chance de réussir.

Grâce à un petit investissement de départ, d'environ 200 euros, vous pourrez, dans les 6 prochains mois, gagner un minimum de 2000 euros par mois. C'est une réalité.

Mais il faut, pour cela, bien vous investir au départ, consacrer 1 à 2 heures par jour idéalement, pendant un minimum de 3 mois.

Et aussi penser à votre nom de domaine, trouver un bon hébergement pour votre site, lui accorder un design simple avec une bonne ergonomie, un bon positionnement sur Google, de bonnes techniques de marketing et surtout, **de l'originalité.**

C'est la recette pour devenir un des nouveaux millionnaires du net.

Et ça peut aller très vite !

On commence !

Les prochaines pages sont le commencement de votre nouvelle vie !

"You are a Succes Machine"



Avec ou sans produit, vous pouvez vendre sur internet

• Vous n'avez pas de site

Si vous avez l'envie d'avoir votre site, sachez que dès que vous l'aurez, les ventes ne vont pas venir toutes seules. vous aurez un nouveau site parmi des millions d'autres sites et même s'il y en aura moins dans votre créneau, il faudra vous faire connaître.

Pour que les internautes arrivent sur votre url, votre adresse de site, il faudra respecter quelques secrets, sans lesquels vous serez rarement visible.

Mais ne vous inquiétez pas, je vous livrerai tous ces secrets.

• Vous avez déjà un site en ligne

Si vous possédez déjà un site, vous devez certainement savoir qu'il n'est pas simple de vendre sur internet.

Si vous avez des ventes, en avez vous suffisamment pour en vivre? Si oui, c'est déjà très bien!

Sinon, vous devez être déçu et même avoir envie de renoncer à vos ventes en ligne.

Ca m'est arrivé aussi, quand je ne connaissais pas les techniques de marketing que j'ai découvertes récemment.

Entrez dans la boutique

Que vous soyez en ville ou sur le net, c'est à peu près pareil, votre boutique doit être attrayante, avec des produits ou services qui intéressent et qui rassurent vos clients ou futurs clients.

En ville, vous avez la vitrine qui vous donne envie de rentrer, et dès que vous êtes à l'intérieur, c'est la présentation du produit qui vous attirera, pourvu qu'il y aie un maximum de renseignements sur ce produit ou que le vendeur soit sympathique, surtout empathique et qu'il vous accorde le plus de pertinence possible sur le produit.

Notez, pour l'anecdote, qu'il m'est arrivé de connaître mieux le produit que le vendeur, ce qui n'était vraiment pas à son avantage. Voilà une raison idéale de rater une vente.

La boutique en ville reste cependant très locale.



Pour votre boutique sur le net, c'est à peu près la même chose.

Mais sachez qu'un internaute vient sur internet en premier lieu pour se renseigner et non pour acheter.

L'internaute à la possibilité de naviguer d'un site à l'autre en quelques clics. Ce n'est pas comme dans un magasin où il peut avoir l'objet en main et être influencé par un bon vendeur.

Mais ce qui est intéressant sur internet, je trouve, c'est que vous pouvez rapidement obtenir tous les renseignements que vous cherchez sur un produit.

Vous pouvez donc connaître à fond les caractéristiques d'un produit et ensuite l'acheter en ville.

C'est ce qu'il faut éviter.

Il faut absolument donner confiance à l'internaute par vos conseils, votre pertinence, votre expérience. Il faut à tout prix lui donner envie de rester sur votre site et le fidéliser.

Comment bien informer

J'ai découvert sur de nombreux sites, en les parcourant, qu'ils diffusaient souvent leurs produits ou services de façon «diffuse» et technique, trop technique.

Surtout, et c'est important, vulgarisez votre information. Mettez vous à la place de l'internaute lambda qui ne connaît pas forcément tous les termes techniques utilisés dans votre profession. Simplifiez !

J'ai vu, notamment sur des sites de coaching l'emploi de termes incompréhensibles pour le commun des mortels mais qui donne un côté scientifique et intellectuel à leur service. Cela va, bien évidemment faire fuir toute une catégorie de visiteurs.

Et encore pire, j'ai vu des sites qui ne citaient que les noms scientifiques de leur soi-disantes thérapie sans en expliquer le sens. Comme si tout le monde connaissait leur science. A moins que ces gens désirent n'avoir qu'une clientèle d'élite. Mais je pense que ce n'est pas le meilleur moyen de rassurer un internaute.

Alors, vulgarisez un maximum, détaillez un maximum, racontez des histoires, surtout en coaching de bien-être et de santé, c'est fort apprécié.

Proposez des témoignages,

Que vous vantiez vos produits, rien de plus normal puisque vous les vendez.

Mais rien n'est plus rassurant qu'un témoignage de gens qui ont pratiqués vos services ou achetés vos produits et qui en sont, bien sûr, contents.

En résumé,

il ne suffit pas d'avoir une jolie photo de votre produit avec simplement un bouton «Commande».

Les gens ne vont pas sur internet pour acheter mais bien pour se renseigner!

Et comment avoir l'espoir de vendre à quelqu'un qui ne veut pas acheter ?

Et bien, c'est tout simplement en lui offrant ce qu'il recherche, des renseignements, de la pertinence sur votre produit.

Votre produit aura certainement de la concurrence, alors soyez original, complet et honnête dans votre description. Et, vous verrez que, si l'internaute est rassuré sur le sérieux de votre site et de vos conseils, il achètera en toute confiance chez vous.

Si les gens vont sur internet, c'est parce qu'il ont un problème. Soit ils cherchent un renseignement, soit ils cherchent une solution à un problème. Montrez leur que vous avez la solution à leur problème.

Rédigez du contenu pertinent, intéressant et original. Vous allez captiver votre lecteur.

Donnez envie à ce lecteur d'aller plus loin dans votre site grâce à des titres à fascination.

Prenez exemple sur les magazines. Ils sont en vitrine avec des titres accrocheurs qui donnent envies de les acheter pour voir la suite à l'intérieur de ce magazine.

Faites exactement la même chose sur votre site.

Exemples de titres à fascination dans un site comme le mien:

- **Quels secrets de communication vont décupler vos ventes**
- **Comment une bonne idée peut se développer toute seule**
- **Comment internet va changer votre façon de travailler**
- **Comment capturer vos prospects automatiquement**

Ces titres donnent envie d'aller plus loin dans votre site. Vous aurez plus de chance de capturer vos prospects par la suite. Je vous expliquerai comment.



Comment accueillir votre visiteur

Votre visiteur parcourt votre site, s'intéresse à votre contenu, lit vos articles qu'il trouve originaux. Mais ne croyez pas que pour autant, il va vous contacter via un simple bouton «Voulez-vous en savoir plus?»

Non, il est à un clic de vos concurrents. Et s'il sort de votre site, il n'y reviendra plus.

Il faudrait donc qu'avant qu'il sorte, vous ayez pu avoir ses coordonnées.

Vous devez donc lui demander de vous donner son adresse mail car il ne vous la donnera pas de lui-même.

Et, surtout, attention à ce que vous écrivez.

Une phrase du genre: «Si vous voulez acheter mon super produit, veuillez me laisser votre adresse mail» fera fuir votre interlocuteur.

Cela va de soit. Que feriez vous à sa place? Vous n'aimeriez pas qu'on vous pousse à la vente de cette manière.

Non, il faut laisser l'impression à l'internaute que c'est lui qui prend la décision.

Offrez-lui un cadeau

Et écrivez simplement, par exemple:

Pour vous remercier de vous être intéressé à cet article, je vous offre mon ebook «Comment créer un site à succès».

Ayez la gentillesse de nous laisser votre prénom et votre adresse mail et vous recevrez immédiatement le lien pour télécharger cet ebook.

De cette façon, vous aurez beaucoup de chance de recevoir son adresse mail car qui n'aime pas recevoir un cadeau?

Son mail contre un cadeau, c'est un bon deal, non?

C'est pourtant une technique vieille comme le monde. Vous avez déjà dû recevoir par courrier ce genre de publicité. On vous propose, par exemple, une jolie tablette digitale gratuite. Il suffit simplement de remplir le formulaire et de vous abonner au magazine "untel" pour 6 mois avec un essai de 30 jours.

Et hop, grâce à ce cadeau, vous êtes capturé dans une liste de client potentiel.



C'est le même principe qu'il vous faudra utiliser sur votre site.

Mais comme vous êtes sur internet, le plus simple et le moins coûteux pour vous serait d'offrir un cadeau téléchargeable, cela peut être un eBook ou une vidéo, une mini formation ou un extrait audio.

Et tout dépend du contenu de votre site. Envoyez surtout un cadeau en rapport avec votre site.

Si vous avez un site sur le marketing du web, ne lui offrez pas un eBook sur l'amour des chiens.

Pour cet exemple, envoyez-lui plutôt un eBook sur le marketing ou une petite formation en vidéo.

Vous avez appris les bases du principe de vente sur le net.

- Vous avez donné de l'information pertinente
- Vous avez récupéré l'adresse mail de vos prospects

Maintenant, il faut vendre

Votre atout majeur

Si vous présentez les choses de manière originale sur votre site, vous pourrez déjà augmenter vos ventes.

N'hésitez pas à raconter des histoires, vécues ou non. Ces histoires doivent être positives et vont, à coup sûr, captiver votre auditoire.

En tout cas, les adresses mail que vous avez récoltées s'inscriront dans une liste de prospects et c'est là, votre atout majeur.

Certains de vos lecteurs auront peut-être déjà commandés votre produit. C'est super. Et s'ils sont satisfaits, ils commanderont sans doute une nouvelle fois un produit chez vous. Tout dépend du nombre de produits ou services que vous avez à proposer. Mais, même si vous avez plusieurs centaines de choses à vendre, il faudra les convaincre d'acheter. Ils ne le feront jamais tout seuls.

Pour vos prospects, ceux qui n'ont encore rien commandés chez vous, il vous faudra créer avec eux une bonne relation, une relation de confiance, vous devrez communiquer avec eux régulièrement et certainement, un jour, ils passeront commande d'un de vos produits et puis un deuxième...

Alors, qu'attendez-vous pour agir, vous allez augmenter vos ventes de produits ou services très rapidement.



Vendez ! Même la nuit, même en vacances !

Supposons que vous venez de placer votre nouveau site en ligne.

Si vous n'avez rien fait pour le faire connaître, vous aurez, les premiers jours, seulement quelques visites, et ce seront certainement celles de vos amis ou de votre famille.

Il vous faut créer du trafic.

• Si vous avez un gros budget

1. Faites de la publicité, c'est rapide et simple pour obtenir du trafic sur votre domaine.

Mais, bien sûr, cette publicité doit être bien ciblée sinon vous aurez des visiteurs non-intéressés par votre produit ou service qui arriveront sur votre site. Ils ne perdront pas leur temps à lire votre contenu et s'en iront très vite. Vous aurez dépensé beaucoup d'argent pour peu de résultats.

2. Vous demandez à une société spécialisée dans le référencement sur le net de s'occuper de l'augmentation de vos visiteurs en travaillant le référencement de votre site. Mais vous n'aurez aucune garantie de résultats. Et en plus cela coûte cher.

• Si vous n'avez pas de budget

Le plus facile, c'est de référencer votre site vous même, dès le départ, en pensant au contenu de chaque article que vous écrivez. Si votre article est bien écrit et que vous y avez introduit les mots clés qu'il faut, si vous y mettez beaucoup de pertinence, c'est à dire, de l'info que votre visiteur attend, votre montée dans les résultats de Google se fera rapidement et avec peu de frais.

Mais dès lors que vous aurez atteint une petite centaine de visites quotidiennes et que ces visiteurs vous laisseront leur adresse mail, comment allez-vous gérer les réponses à chacun, chaque jour? Vous serez vite débordé.

Heureusement, il existe un outil fabuleux qui va vous simplifier la vie. Un outil qui va répondre à vos visiteurs à votre place. Un outil qui va vous construire une liste de prospects à recontacter et ceci, automatiquement, même la nuit, même le week-end, 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24.

Cet outil tout puissant s'appelle un AUTO-REPONDEUR.



L'auto-répondeur, une machine de guerre exponentielle pour vos ventes !

Utilisez enfin toute la puissance de votre ordinateur.

Connaissez-vous le définition du mot ordinateur?

"Machine automatique de traitement de l'information, obéissant à des programmes formés par des suites d'opérations arithmétiques et logiques."

L'auto-répondeur

Un auto-répondeur, c'est justement un programme qui va traiter toute l'information à votre place.

- Il va classer les adresses mails reçues dans vos listes de prospects ou clients.
- C'est lui qui va envoyer votre cadeau au visiteur qui vous a laissé son adresse mail
- Et c'est lui aussi qui va envoyer toutes les informations dont votre visiteurs aura besoin ou envie.

Vous n'aurez qu'à programmer l'envoi de vos différents e-mails **une seule fois**.

Vous aurez vite compris la puissance de cet outil quand vous verrez l'impact qu'il aura sur l'augmentation de vos ventes.

Que vous ayez 5 ou 1000 visites, votre auto-répondeur répondra présent instantanément, contrairement à un commercial qui sera vite débordé pour répondre à 1000 prospects.

D'autant plus que votre auto-répondeur sera disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

Cet auto-répondeur est installé sur un serveur qui fonctionne à plein temps donc toujours efficace et prêt à vous rendre service.

Un liste pour vos prospects

Vous devrez créer au moins 2 listes pour chaque produit ou service à vendre.

La première sera votre liste de prospects et la seconde votre liste de clients.

Et ceci pour chacun de vos produits.



Voici un exemple:

Vous vendez une formation qui s'appelle "Quelles sont les couleurs à ne pas utiliser pour voir la vie en rose?"

Vous allez créer une liste dans votre programme qui s'appellera par exemple "Vie en rose-prospects"

Ensuite vous choisirez dans votre auto-répondeur le style de formulaire de capture et donc d'inscription qui sera attaché à cette liste. Vous placerez ce formulaire dans votre site.

Et rappelez-vous qu'il vous faudra offrir un cadeau.

Dans ce formulaire il y aura, par exemple, ceci:



Ce formulaire sera disponible parmi de nombreux modèles proposés. Vous pourrez choisir les styles, les couleurs...

Pas besoin de connaître des codes HTML. L'auto-répondeur le crée pour vous.

Il suffira simplement de copier le code généré sur une ou plusieurs pages de votre site web.

Et dès que ce formulaire sera envoyé, le prospect sera automatiquement placé dans la liste "Vie en rose-prospects".

Conseils: Ne dévoilez pas tout dans un eBook que vous offrez. Laissez de quoi attiser l'intérêt du prospect, cela créera l'envie d'acheter un de vos produits.

Mais avant de placer votre formulaire dans votre site, n'oubliez pas de paramétrer les messages liés à votre liste de prospects.

Le premier message à paramétrer sera un email qui enverra le lien et qui donnera la possibilité de télécharger l'eBook proposé en cadeau.

Ce premier message sera envoyé immédiatement après que l'internaute ait rempli

et envoyé le formulaire. Il pourra donc télécharger immédiatement son eBook offert.

Paramétrez par exemple deux jours plus tard, l'envoi d'un mail demandant à votre prospect s'il a bien apprécié l'eBook offert.

Peut-être qu'à l'occasion de ce deuxième e-mail, vous pourriez en profiter pour faire un petit sondage.

Par exemple: Nous sommes en train de réaliser des vidéos sur 2 nouvelles formations dont voici les thèmes:

1. Je gère les conflits

2. Les 5 erreurs à ne pas commettre quand les émotions s'en mêlent !

Dites-nous quelle est la formation que vous préféreriez et pour vous remercier nous vous envoyons gratuitement une vidéo sur "*Comment libérer mes envies*".

Et donc votre auto-répondeur prendra en charge l'envoi de la vidéo et selon la réponse 1 ou 2 de votre petit sondage votre internaute sera classé automatiquement dans les nouvelles listes 1 ou 2.

Ce qui va encore mieux catégoriser les envies de vos prospects. Ils seront mieux ciblés et donc vous pourrez affiner votre offre de produits à promouvoir.

Comme dit précédemment, ne dévoilez pas tout dans la vidéo offerte, cela vous permettra de proposer une formation plus complète et payante sur le sujet.

Vous pouvez programmer autant d'e-mails que vous désirez et planifier leurs envois aux jours et aux heures que vous décidez.

Exemple:

Le premier, immédiatement.

Le deuxième, 2 jours après.

Le troisième, 3 jours plus tard.

Etc...

Décidez d'une fréquence d'envoi qui ne soit ni trop courte ni trop espacée.

Si vous envoyez un e-mail tous les jours à vos prospects, ils vont vite se lasser et ils risquent de vous placer dans les indésirables.

Mais une fois par mois, c'est trop peu. A vous de juger.



Prenez conscience que vous n'avez à programmer qu'une seule fois l'écriture et l'envoi de vos e-mails. Ensuite tout sera pris en charge automatiquement par votre auto-répondeur et ceci pour chaque nouvelle personne qui remplira le formulaire.

Mais le contenu de vos messages doit être bien pensé, c'est primordial.

C'est grâce à ça que vos prospects deviendront des clients.

Une autre liste pour vos clients

De la même manière, créez une liste pour vos clients.

Le premier message envoyé à votre client qui vient de commander sera de le remercier pour son achat et éventuellement déjà lui envoyer le lien de téléchargement de votre produit si, bien sûr, vous lui avez vendu un produit virtuel.

Ensuite, envoyez régulièrement de l'info à vos prospects et vos clients.

Car les statistiques nous disent que seulement **2% des ventes sont faites après la première visite** sur votre site mais qu'environ **80% des ventes se font entre le cinquième et le douzième contact.**

Ceci pour que vous preniez conscience de ce que vous pouvez perdre en ventes sans un auto-répondeur.

Imaginez le boulot à réaliser tous les jours sans cet outil. C'est pratiquement impossible.

Vous passez des jours à peaufiner votre site, votre contenu, votre pertinence, votre référencement.

Sans un auto-répondeur, vous pouvez être certain de perdre 90% de vos ventes en ligne.

N'hésitez donc pas à utiliser cet outil professionnel. C'est le meilleur investissement que vous pourrez faire.

Résumons:

Vous devez avoir au moins deux listes pour chaque produit.

Le première, votre liste de prospects, pour garder le contact avec un maximum de vos visiteurs en espérant, plus tard, pouvoir les transformer en client. Ne les laisser surtout pas partir car maintenant vous savez que vous perdrez en général 90 % de vos ventes sans auto-répondeur.

La deuxième, votre liste de clients, servira à prolonger le contact avec ceux qui vous ont acheté un produit. Ils seront, bien sûr, de futurs acheteurs en puissance.

Créer cependant autant de liste que vous désirez, car après tout, chaque liste aura une fonction que vous aurez choisie.

Exemple:

Vous avez un cadeau à offrir en échange d'une adresse mail pour arriver à la vente d'un de vos produits ou services.

Supposons que ce cadeau ne plaise pas, vous aurez certainement très peu d'inscriptions sur votre formulaire qui le propose. Et donc une toute petite liste de prospects. Alors que, peut-être, un autre cadeau plaira plus?

Et si vous offriez par exemple, sur une des pages de votre site web, le premier cadeau et sur une autre page, le deuxième cadeau, vous pourriez tester et comparer les deux listes, voir laquelle est la plus remplie et, donc, quel cadeau plait le plus.

Faites donc un sondage. Surtout au début.

Vos visiteurs vont certainement vous poser des questions dans leurs commentaires.

Alors, pourquoi ne pas créer une liste pour les FAQ (les questions fréquemment posées)

Rassemblez les questions fréquemment posées par vos visiteurs dans un fichier pdf ou autres que vous pourrez envoyer à un visiteur qui vous pose une question. Il y a de fortes chances que la réponse soit contenue dans les FAQ et sinon, vous pourrez rajouter la sienne. Cela mettra votre prospect en confiance car vous lui fournissez une réponse à toutes ses inquiétudes.

Et rien ne vous empêche de créer une page sur votre site à ce sujet.

Si la réponse est dans les FAQ, il aura sa réponse immédiatement et il sera ravi.

Si c'est une question qui n'est pas dans les FAQ, il aura déjà eu une réponse qui le fera patienter et sera mis en confiance dans l'attente d'une solution personnalisée.

Cette liste vous évitera certainement de répondre personnellement à chaque question et vous ferez preuve d'un grand professionnalisme.



Les listes croisées. Une idée exponentielle

Vous avez bien un minimum de deux produits ou services à vendre?

Dans un premier article, vous intéressez un visiteur sur votre premier produit. Il répond au questionnaire pour avoir son cadeau.

Quand vous lui répondez par le premier ou deuxième e-mail, pourquoi ne pas lui proposer de s'intéresser à votre deuxième produit ou service.

A la fin de votre message de la première liste, proposez lui votre deuxième produit. Vous n'avez rien à perdre, au contraire. Vous serez certainement étonné de sa réponse. Je suis presque certain qu'il répondra positivement et sera automatiquement placé dans votre deuxième liste pour votre deuxième produit ou service. Le reste sera pris en charge par votre auto-répondeur et le processus roule tout seul, c'est automatique.

Et cela reste valable pour 2 produits ou services comme pour 10 !

Avez-vous compris l'utilité de ce programme qu'est l'auto-répondeur. Ce programme devrait fonctionner pour tous les sites internet.

Cet auto-répondeur peut travailler également avec des listes que vous avez remplies vous-même, qu'elles soient achetées ou reçues.

Mais, attention, le SPAM étant interdit par la loi, n'employez que des listes dans lesquelles les visiteurs ont donnés eux-même leur adresse mail. Ne sollicitez jamais des gens qui ne l'ont pas demandés.

Et n'oubliez jamais de placer à la fin de chacun de vos e-mails un lien qui va permettre à votre visiteur ou client de se désinscrire de votre liste. Restez dans les bonnes règles du web. S'il n'est pas content, un internaute pourra, grâce au web, rapidement détruire votre réputation avec des commentaires désastreux pour vous même ou vos produits.

Restez à tout point de vue honnête et poli.

Et concernant les listes croisées, ne prenez pas l'initiative, sous prétexte qu'un internaute est dans la première liste, de le placer sans sa permission dans une deuxième liste.

Certains blogueur peu scrupuleux copient les noms d'internautes inscrits dans une liste pour les installer sur plusieurs listes, sans leur accord. Cela aura vite un effet désastreux sur votre commerce.

Et aussi, c'est important, conservez soigneusement secrètes les listes que vous avez construites par vos captures personnelles. Ne les partagez pas, ne les vendez pas.

Rassurez vos visiteurs à ce sujet à la fin de chaque mail par un message du genre:

"Nous gardons vos adresses secrètes. Nous ne les partageons jamais."

Ecrivez des messages à fascination

Passez du temps sur l'écriture de vos messages. Ce sont vos futurs e-mails qui vont provoquer l'achat de vos visiteurs.

Pas de superlatifs.

Ne remplissez pas votre mail de superlatifs vantant que vous êtes le meilleur et que votre produit aussi. Trop de ces superlatifs vont tuer la confiance.

Employez plutôt de **la fascination, de la pertinence, de l'expérience, de l'assurance dans vos textes.**

Racontez une histoire, faites vous complice de votre interlocuteur, soyez empathique, considérez le comme votre ami plutôt que comme un acheteur potentiel.

Donnez-lui confiance et ça se saura vite. Sur le net, une bonne réputation peut vite faire le buzz comme, bien sûr, une mauvaise.

Transformez l'intérêt de votre visiteur en une décision d'achat.

Excitez sa curiosité, donnez lui l'envie d'en savoir plus.

Mettez tout votre coeur dans l'écriture de vos messages.

Relisez-les 10 fois, corrigez-les surtout. Les fautes d'orthographe font en général très mauvaise impression.

Pas de phrases longues. Elles doivent être courtes et précises. Vulgarisez. N'employez pas de termes pompeux et techniques. Restez simple dans votre récit. N'écrivez pas pour ne rien dire. Allez à l'essentiel et soyez original et passionnant. Un peu d'humour sera même le bienvenu.

Votre lecteur doit être fasciné et incapable de refuser votre offre.

Allez à la ligne souvent. Les paragraphes doivent être courts, votre texte aéré et illustré.

Important, personnalisez vos messages. Si votre interlocuteur s'appelle Michel, commencez votre message par un "Bonjour Michel"

Votre auto-répondeur placera le prénom automatiquement grâce à la capture de votre formulaire dans vos listes. Puisque vous lui avez demandé son prénom et son adresse mail, votre programme utilisera au mieux cette liste créée automatiquement.

Et même au milieu de votre message, son prénom pourra être placé.



Il suffira de placer la variable [prénom] n'importe où dans votre message.

Voilà qui va vous intéresser, [prénom].

Cela donnera:

Voilà qui va vous intéresser, Michel.

C'est super efficace et chaque internaute aura une réponse personnalisée. C'est ce qui va instaurer la confiance qu'il aura en vous.

Vous pouvez aussi insérer un témoignage dans votre message.

Un client satisfait donne toujours une meilleure impression que si c'est vous qui vanter votre produit.

Et n'oubliez surtout pas d'inclure dans votre message, le lien vers le bon de commande de votre produit ou service.

Votre signature n'est pas négligeable.

Cette signature peut être accompagnée d'une nouvelle proposition du genre:

Exemple:

Marco de siteasucces.com

Découvrez "les 7 secrets pour ne plus être timide"

Cliquez ici ! (Votre lien)



Et maintenant, quel auto-répondeur choisir

Il existe pas mal de programmes mais je vais, ici, vous en conseiller 2.

Vous pourriez choisir un auto-répondeur gratuit car vous avez peu de moyens au départ, mais je vous le déconseille fortement. Les entreprises qui vous proposent cette option gratuite ne le font pas sans intérêt. Chacun de vos e-mails commencera par leur publicité et rendra votre message moins élégant, moins professionnel.

Votre visiteur s'inscrit sur votre liste pour recevoir une information et en retour il reçoit votre message commençant par une publicité. Il y a de quoi s'enfuir très vite à la concurrence. Votre visiteur se sentira agressé et se désinscrira immédiatement de votre liste.

Investissez un minimum pour commencer? Vous ne le regretterez pas.

Vous pouvez déjà obtenir un auto-répondeur professionnel pour 19 euros par mois. Ce qui n'est pas grand chose par rapport à ce qu'il va vous rapporter.

Le numéro 1 des auto-répondeurs s'appelle "Aweber."

C'est certainement le meilleur et pour moins de 20 dollars par mois vous aurez un outil extrêmement puissant. Les plus grands noms sur internet l'emploient.

Si vous maîtrisez bien l'anglais, choisissez-le ! Car si vous avez besoin de leur service après-vente, il vaut mieux maîtriser la langue.

[Cliquez ici pour découvrir Aweber](#)

Mon deuxième conseil s'appelle "SG-Auto-répondeur"

Il est français et donc entièrement en français.

C'est mon premier choix pour moi qui comprend l'anglais mais ne le parle pas couramment.

De plus, il possède des tutoriaux et un support extrêmement bien conçu.

Tout y est expliqué en vidéo, il est très ergonomique et facile à comprendre.

Il est complet et efficace. Je vous le conseille vraiment. Il débute aussi par un abonnement à 19 euros par mois.

[Cliquez ici pour découvrir SG-Autorépondeur](#)

Vous pouvez les essayer tous les deux en version gratuite.



CONCLUSION

Suivez bien les conseils de cet eBook, et vos ventes vont rapidement décoller.

En utilisant les bons outils, vous aussi vous pouvez réussir sur le net.

Ayez un bon produit et parlez-en avec passion. En plus vous ferez quelque chose qui vous plaît vraiment. Cela sera vite ressenti par vos visiteurs et ils vous le rendront bien. Suivez bien les règles car, c'est une vérité, elles fonctionnent. Elles ont été déjà testées par de nombreux marketeurs qui réussissent et qui gagnent des sommes à 5 chiffres chaque mois.

Pour à peine 19 euros par mois, n'hésitez pas à vous offrir l'outil ultime qu'est l'auto-répondeur. C'est la Formule 1 de votre marketing.

Et si vous êtes encore employé, que vous avez une passion dans une niche que vous désirez partager, n'hésitez-pas, vous serez rapidement votre propre patron et vous transformerez très vite vos horaires de bureaux en temps de loisirs.

Vous pourrez dire: "Je joue au golf et je gagne ma vie !" Incroyable non?

Je vous souhaite tout le succès que vous méritez sur le net.

Marco de Site à Succès.



Cet eBook vous est offert gratuitement.

N'hésitez-pas à l'offrir aussi mais pour cela je vous donne 3 conditions:

- Vous pouvez l'offrir gratuitement mais en aucun cas le vendre
- Vous devez le garder intact tel que vous l'avez reçu
- Ne le distribuez pas en faisant du SPAM *

*Le SPAM est un courrier commercial non-sollicité par leurs destinataires.

*Le SPAM est interdit par la loi.

