

17 ÉTAPES DU SYSTÈME DE VENTE SECRET POUR UNE RÉUSSITE ASSURÉE (basées sur le livre Sell like Crazy, Sabri Suby)

[Replay de l'appel avec Anaïs et Camille: remplir ses intro aux huiles](#)

1. Attirez votre public

Vous devez vous adresser à votre public au début de vos annonces, de votre page de destination ou de votre lettre de vente.

2. Attirez leur attention

Fournissez-leur maintenant une grande promesse comme "Comment perdre 10 kg en 6 semaines sans exercice ni régime... Garanti !"

3. Soutenez votre grande promesse

La prochaine étape consiste à étayer votre grande promesse en leur donnant une explication directe dans le sous-titre.

4. Créez une intrigue irrésistible

Il est temps de créer de l'intrigue avec quelques points clés. Pour cela, écrivez 15 à 20 autres titres supplémentaires et réduisez-les aux six meilleurs. N'oubliez pas que chaque point clé doit aborder la douleur, la peur, les espoirs et les rêves de votre marché cible.

Par exemple :

Douleur - J'ai du mal à écrire des articles de blog par moi-même.

Espoir - J'aimerais que quelqu'un écrive simplement des articles de blog pour mon site web.

Peur - Sans nouveaux articles de blog, le trafic de mon site web ne décollera pas.

Rêve - Je rêve d'être financièrement libre dans les 4 prochaines années grâce à mon site de blog et de faire ce que je veux dans ma vie.

Vous devriez ajouter un élément d'intrigue dans les points clés, tels que :

"Le petit secret méconnu pour faire prospérer votre entreprise en moins de temps"

"Votre concurrent ne veut pas que vous connaissiez ces stratégies qui peuvent vous rapporter un profit considérable dans votre entreprise."

5. Mettez en lumière le problème

À cette étape, vous devez expliquer de manière vivante comment il est de vivre le problème spécifique que votre marché cible rencontre. Ils devraient ressentir : "Oui, c'est exactement ce que je ressens à propos de ce problème".

Vous devez aggraver le problème pour qu'ils se rappellent la douleur qui les pousse à réfléchir à ce qu'ils ont essayé auparavant pour résoudre le problème, mais que ces solutions n'ont pas fonctionné.

6. Fournir la solution

Révélez simplement votre solution à leurs problèmes avec vos produits ou services et montrez comment votre solution est la meilleure option viable sur le marché pour résoudre efficacement le problème en question.

7. Montrez vos références

Votre marché cible pensera sûrement : "Bien sûr, il/elle dit qu'il/elle peut résoudre le problème. Mais c'est ce que tout le monde dit et je l'ai entendu des centaines de fois."

Pour atténuer ce scepticisme de votre marché cible, vous devez prouver que vous et votre produit méritent vraiment d'être pris en considération en montrant vos références.

Par exemple :

- Les résultats que vous avez obtenus jusqu'à présent.
- Les études de cas les plus réussies.
- Les organisations ou les personnes élites et prestigieuses avec lesquelles vous avez fait des affaires.
- Le nombre de vos clients.
- Les prix ou les reconnaissances que vous avez reçus.
- La couverture médiatique de votre entreprise/produit/service, etc.

8. Détaillez les avantages

En utilisant le format de liste de points/tableau, parlez de toutes les caractéristiques et les avantages de votre produit/service. Les caractéristiques informent, mais les avantages vendent, donc parlez uniquement des avantages.

- Une caractéristique est simplement un détail ou une spécification.
- Un avantage est ce que votre produit ou service fera pour l'acheteur.

Prenons un exemple d'une caractéristique et de son avantage :

Caractéristique	Bénéfice
Draps en coton 100% bambou biologique	Durable et pérenne (conçu pour vous faire économiser plus d'argent)

9. Preuve sociale

Vous devez renforcer la crédibilité de votre produit/service et de votre offre. Vous pouvez utiliser la validation d'un tiers pour asseoir votre autorité ou des citations provenant des sources les plus crédibles.

10. Créez votre **offre irrésistible** ("*Godfather offer*")

Veillez à ce que votre offre soit:

- a) claire et facile à comprendre : Tout dans votre offre doit être clair comme de l'eau de roche et il ne doit pas y avoir de question sur ce que vos clients potentiels obtiennent en échange de leur achat/enregistrement.
- b) Basée sur la valeur : Votre offre doit être axée sur la manière dont elle résoudra un problème ou répondra à un besoin de votre marché cible.
- c) Concise : Votre offre doit être concise afin d'attirer de bonnes conversions.
- d) Persuasive : comme le dit l'auteur, "s'il y a un endroit où l'on peut faire appel à ses talents de vendeur, c'est bien dans votre offre".
- e) Irrésistible : Votre offre doit être tellement bonne que si une personne la voit, elle se dira : "Comment peuvent-ils offrir autant de valeur ?"

Exemples d'offres irrésistibles:

- Nous construirons votre nouvelle maison en 30 semaines seulement ou nous vous donnerons 5 000 \$ en espèces.
- Classement Google garanti en 90 jours ou nous travaillons gratuitement.

Selon Sabri Suby, "*si l'offre et la garantie n'empêchent pas le fondateur de dormir, c'est qu'elles ne sont pas assez fortes*" !!!

11. Ajoutez des bonus

Pour rendre votre offre plus convaincante, il suffit d'y ajouter des bonus ou des édulcorants pertinents. Les bonus doivent être souhaitables, mais pas indispensables pour atteindre le résultat souhaité.

12. Ajoutez (encore plus !!) de valeur

Faites la somme de la valeur et des avantages de tous les éléments de votre offre et dites combien ils valent pour augmenter la valeur perçue de votre offre.

13. Révélez votre prix

Vous devez maintenant additionner les prix pour calculer la valeur et révéler le prix le plus bas. Vous devez expliquer pourquoi le prix est ce qu'il est et pourquoi il a une si grande valeur. Par exemple, si vous proposez une consultation gratuite pour générer des prospects, il est important que vous donniez une valeur monétaire à cette consultation. Par la suite, vous pourrez couvrir le prix de vos services lors de l'appel lui-même.

14. Injectez de la rareté

La rareté fait vendre, mais il faut veiller à ce qu'elle soit authentique, sous peine de ruiner votre réputation sur le marché.

Par exemple, pour la rareté, vous pouvez inclure les éléments suivants

- Compte à rebours
- Il ne reste que X à ce prix
- Achetez avant X pour éviter une hausse de prix
- Une date d'expiration pour votre offre
- Il n'y a que X places

15. Donnez une garantie puissante

Une garantie puissante supprime, élimine, renverse les risques perçus par les acheteurs. La garantie transfère le risque de l'acheteur au vendeur et protège l'acheteur en lui garantissant que si le produit n'apporte pas la valeur escomptée, il ne perdra pas de temps ni d'argent, éliminant ainsi la douleur de l'achat.

Voici quelques exemples de garanties efficaces

- Générales : "Si vous suivez le programme et que vous ne perdez pas 10 kg au cours des 180 premiers jours, faites-le nous savoir et nous vous rembourserons chaque centime que vous aurez payé."

- Domino's Pizza : Votre pizza vous sera livrée en 30 minutes... ou elle est GRATUITE !
- La Garantie à vie : Si vous n'êtes pas entièrement satisfait de la performance de votre produit Cutco, nous corrigerons le problème ou le remplacerons.

16. Appel à l'action (CTA)

Un appel à l'action est en fait une commande que vous placez dans votre texte de vente/lettre pour dire à vos clients potentiels ce qu'ils doivent faire ensuite. Soyez précis, votre public ne doit pas avoir à répondre à 21 questions pour comprendre ce que vous voulez qu'il fasse. Veillez à ce que votre CTA soit court et ne demande qu'une seule chose, car si vous multipliez les obstacles, votre public se dira probablement "on s'en fout" et partira d'ici.

Par exemple:

- Pour les prospects froids - Vous pouvez proposer des CTA tels que des quiz, des guides gratuits, des concours, etc.
- Pour les prospects chauds - Ne tournez pas autour du pot et amenez-les directement au panier d'achat.

17. Terminez par une P.S. qui contient un avertissement et un rappel

Le P.S. est le troisième élément le plus lu de votre lettre, alors incluez toujours un point de conclusion ou un P.S. Rappelez-leur votre offre irrésistible de parrainage et avertissez-les des conséquences s'ils n'achètent pas. Enfin, incluez un CTA et rappelez-leur que l'offre est limitée dans le temps et en quantité.

LE COPYWRITING

Très important, le pouvoir des mots !!

Tu dois devenir un/e expert/e en copywriting, amuse-toi !

Pour tes titres de Masterclass/de n'importe quelle offre, des exemples de formules à utiliser:

Formule intemporelle n° 1

X façons d'atteindre [la chose souhaitée] sans faire [la chose indésirable]

Exemple : *6 façons d'obtenir des tablettes de chocolat sans faire un seul crunch*

Formule intemporelle n°2

Faire [une chose difficile] en [une période de temps spécifique] même si

[lacunes]

Exemple : *Remboursez votre prêt hypothécaire en 7 ans même si vous avez un revenu modeste.*

Formule intemporelle n° 3

Réaliser [une chose souhaitable] comme [un expert] même sans [une chose attendue].

Exemple : *Peindre des chefs-d'œuvre comme Picasso sans jamais prendre une seule leçon de dessin*

Formule intemporelle n°4

Comment éliminer [le plus gros problème] sans faire [ce qu'ils détestent] dans [un délai précis]

Exemple : *Comment éliminer votre ventre sans abandonner les aliments que vous aimez - en 21 jours ou moins !*

Un exemple avec une intro aux huiles sur le système nerveux:

AVANT:

Bienvenue dans cette Masterclass pensée comme un petit cocon durant lequel nous apprendrons et partagerons ensemble. La durée ne dépassera pas une heure donc bloquez le créneau dans ton agenda pour pouvoir être présente à 100%.

Au programme:

- Temps de partage: comment se manifeste l'anxiété chez toi ?
- Les nutriments essentiels pour soutenir le système nerveux
- Les huiles essentielles pour les troubles digestifs
- Les huiles pour les tensions et douleurs
- Le concept de la fenêtre de tolérance
- Les huiles essentielles en cas d'hyper- et d'hypoactivation
- Les huiles essentielles pour soulager l'anxiété au quotidien
- Comment te lancer avec les huiles essentielles dōTERRA en étant accompagnée

APRÈS:

Soulager l'anxiété même quand tu as tout essayé !

Bienvenue dans cette Masterclass pensée comme un petit cocon durant lequel nous apprendrons et partagerons ensemble. La durée ne dépassera pas une heure donc bloquez le créneau dans ton agenda pour pouvoir être présente à 100%.

Au programme:

- Les symptômes de dérégulation du système nerveux: pourquoi personne ne prend ton anxiété au sérieux !
- Mes trois façons de travailler avec les huiles essentielles spécifiquement pour le système nerveux

- Le mélange d'huiles essentielles que TOUT LE MONDE devrait avoir pour une digestion complètement apaisée
- La seule huile qui passe la barrière cérébrale: pourquoi je l'emmènerais sur une île déserte
- Les nutriments essentiels pour soutenir le système nerveux: la pièce manquante de ton puzzle ?
- Le concept de la fenêtre de tolérance
- Les huiles essentielles en cas d'hyper- et d'hypoactivation
- Mon protocole expert pour soutenir mon système nerveux au quotidien (je ne le partage jamais en dehors de cette Masterclass !)
- Comment te lancer avec les huiles essentielles dōTERRA en profitant du maximum d'avantages