

Les 10 concepts essentiels du Marketing Internet



Offert par :

eMarketips.com

Cet eBook est totalement gratuit!

Vous pouvez l'offrir à vos amis, vos clients, votre liste, mais vous devez respecter ces conditions :

- Laisser l'eBook tel qu'il est
- Ne pas faire de spam
- Ne pas le vendre

Vous souhaitez personnaliser l'eBook gratuitement pour votre site web? [Cliquez ici!](#)

Vous n'êtes pas encore abonné à ma liste privée?

Chaque semaine, je dévoile mes secrets marketing à mes abonnés pour

- augmenter leurs revenus
- améliorer la popularité de leur site web
- diversifier leur ebusiness avec de nouvelles idées

Alors, si vous voulez aussi faire partie de ma liste privée et recevoir

- des conseils de pro pour booster vos ventes
- des plans d'actions à mettre en place et commencer à gagner de l'argent
- différentes ressources que j'utilise régulièrement

[Cliquez ici](#) et rejoignez-moi

1 - L'argent est dans la liste

Pour réussir dans le marketing Internet, il faut se constituer un fichier d'emails. Vous savez qu'un site proposant un produit a moins de 1% de chance de vendre à la première visite de l'internaute.

La solution est donc de proposer un produit gratuit au visiteur intéressé en échange de son adresse email, par exemple un eBook gratuit en rapport avec votre produit, des astuces, un échantillon, etc.

Trouvez juste quelque chose d'intéressant à offrir à votre prospect mais dans tous les cas, trouvez un moyen pour rester en contact avec lui.

Pour garder l'email d'une personne, il vous faut un autorépondeur, j'en parlerais un peu plus loin.

2 - il faut bâtir la confiance

La vente sur Internet pose une grosse difficulté par rapport à la vente dans le commerce traditionnel, il s'agit du manque de « contact ».

Quand on achète un produit dans son commerce préféré, le vendeur nous conseille, nous dit ce qu'il pense de son produit, nous donne des informations, il va réellement nous aider à choisir et nous pousser à l'achat.

Sur Internet, ce contact direct n'existe pas, il faudra donc dans un premier temps, donner un maximum d'informations sur vous (nom, photo, une adresse de contact, un numéro pour vous joindre, etc) tout ce qui va montrer au prospect que vous existez vraiment, il doit pouvoir vous contacter.

Si vous ne donnez aucune de ces informations, que va t'il penser ? Qu'il s'agit d'un site fantôme qui va seulement prélever de l'argent sur sa carte bancaire, il sait qu'il n'aura aucun recours en cas de pépin, il ne pourra appeler personne, il ne saura pas à qui il a eu à faire, c'est donc simple : **IL N'ACHETERA PAS !**

3 - Il faut automatiser au maximum

Vous allez passer beaucoup de temps à vous occuper de vos affaires :

- répondre aux questions de vos clients
- rédiger vos lettres de vente
- créer vos nouveaux sites et en faire la promotion
- créer de nouveaux produits

Il va falloir automatiser tout ce qui peut l'être pour vous consacrer uniquement et à 100% sur le reste.

Un autorépondeur permet de s'occuper automatiquement de vos prospects et clients, il va vous permettre de :

- placer un formulaire sur vos sites pour garder l'adresse email de vos visiteurs
- leur répondre automatiquement après l'inscription (pour leur délivrer un cadeau, les remercier de leur inscription, etc.)
- définir toute une séquence d'emails à envoyer à chaque personne qui s'inscrira à votre liste.

Le processus est automatique, vous le définissez une seule fois et la séquence démarre dès l'inscription. Le prospect va recevoir vos conseils, vos offres et vos relances.

Vous vous rendez compte si vous deviez faire chaque email à une liste de 1000 personnes ? Chaque semaine, vous allez copier/coller un email que vous enverrez 1000 fois. Le suivi de votre liste va vous prendre tout votre temps, donc vous n'avez pas le choix, il vous faut clairement utiliser un autorépondeur.

Les solutions actuelles les plus performantes sont :

- [Cybermailing](#) : Une solution très performante en français.
- [aWeber](#) : Le meilleur autorépondeur disponible à l'heure actuelle (si vous comprenez l'anglais)

4 - Il faut dire au prospect ce qu'il doit faire

Si vous voulez que votre prospect fasse quelque chose, il faut lui dire clairement. Si vous voulez qu'il s'inscrive pour recevoir votre ebook gratuit dites lui « Inscrivez vous immédiatement pour recevoir votre eBook gratuit ».

Vous voulez qu'il achète maintenant l'article sur votre lettre de vente, et bien il va falloir lui dire « Achetez tout de suite mon livre sur le marketing internet pour 19,99 Euros, cliquez sur le bouton pour passer commande »

On a tendance à penser que les gens, s'ils veulent acheter, n'auront pas besoin de nous pour leur dire ce qu'il faut faire, mais vous verrez qu'ils le font beaucoup plus facilement si c'est dit clairement!

5 - Il faut simplifier un maximum le travail au prospect

Si voulez que votre prospect passe une commande, ne lui demander pas de cliquer à plein d'endroits et de remplir un formulaire interminable, simplifiez lui la vie. Plus votre procédure d'achat est longue, moins les gens commanderont facilement.

De nombreuses solutions permettent maintenant d'automatiser l'achat d'un article. Certaines personnes utilisent encore un formulaire à remplir avec les articles demandés sur leur site internet.

Ce genre de solution déroute un grand nombre de personnes. Internet est un monde où tout va vite : on s'informe vite, on commande vite! Utilisez un formulaire compliqué pour commander va à l'encontre de cette philosophie.

Plus la procédure d'achat est simplifiée. Plus vos bénéfices seront importants.

Vous pouvez faire un sondage si vous n'êtes pas sûr de la facilité à commander sur votre site. Demandez à vos clients ce qu'ils en pensent, c'est les plus aptes à répondre à cette question.

6 - Il faut personnaliser votre courrier

Les solutions actuelles permettent d'envoyer du courrier à beaucoup de monde, tout en le personnalisant pour qu'il s'adresse à une seule personne à la fois. Avant, il fallait envoyer chaque email manuellement en mettant le nom de la personne.

Maintenant, il est possible d'envoyer 10000 messages personnalisés en écrivant qu'une seule fois le message.

Le taux d'ouverture des emails sera meilleur si le prénom du prospect apparaît dans l'objet.

La lettre personnalisée aura un impact beaucoup plus grand sur votre prospect.

*Bonjour Luc,
Vous savez que beaucoup de personnes vivent de leurs revenus sur Internet ?*

....

Luc, n'attendez plus, commandez maintenant.

Ce genre de message montre à Luc qu'on s'adresse à lui, et non à la masse, et Luc préfère que l'on s'adresse uniquement à lui. Il ne veut pas recevoir la lettre que Monsieur tout le monde va recevoir.

7 - Il faut tout mettre en œuvre pour avoir une réponse directe

Vous avez lu plus haut qu'il fallait dire exactement quoi faire à votre prospect si voulez une action de sa part. Pour être efficace en marketing Internet, il faudra tout mettre en œuvre pour qu'il agisse immédiatement!

Il va falloir lui dire d'acheter tout de suite et lui donner de bonnes raisons de le faire.

Sur votre page de vente, vous avez diverses possibilités de presser l'achat, vous voulez des exemples ?

Commandez immédiatement votre eBook au prix de lancement de 9.90 Euros. Ne tardez pas, le prix va bientôt passer au tarif normal de 25 Euros.

Seulement 100 exemplaires seront proposés à ce prix minime de 9.90 Euros. Passez ce nombre, j'augmenterais le prix à 27 Euros, alors ne tardez pas si vous voulez votre exemplaire pour seulement 9.90 Euros.

Les pop-up sont également très efficaces pour proposer une offre « en or » avant que le prospect ne parte :

Attendez, ne partez pas, je vous propose cet Ebook pour 15 Euros au lieu du prix normal de 25 Euros. Si vous quittez cette page, vous ne pourrez plus jamais bénéficier de cette offre. Commandez immédiatement.

8 - Il faut obtenir du trafic ciblé

On parle souvent de trafic, on voit fleurir des offres pour avoir du trafic ahurissant, mais que vaut ce trafic dans la majorité : RIEN.

Les solutions comme l'échange de bannière, les autosurfs, apportent des visiteurs, mais ils ne seront pas du tout ciblés, ils passeront sur votre site puis partiront.

Vous allez juste gonfler vos statistiques de visiteurs uniques tout en laissant votre chiffre d'affaire à 0, c'est ce que vous voulez ?

Si vous voulez du trafic ciblé, la solution la plus efficace actuellement est la publicité PPC, et plus particulièrement le service proposé par Google : AdWords

Quand vous achetez de la publicité AdWords, vous définissez clairement dans quel cas l'internaute verra votre annonce (vous contrôlez précisément ce qu'il doit taper comme requête pour la voir), puis le texte de votre annonce dira clairement ce que l'internaute va trouver après avoir cliqué.

Vous voyez la différence par rapport à un site de vente de voyages affiché en popup sur un site de livres ?

Ce moyen est aussi le plus rapide pour avoir des résultats, comparé au référencement naturel qui va prendre plusieurs mois et qu'il faudra entretenir pour rester visible.

9 - Il faut fidéliser vos clients plutôt qu'en acquérir des nouveaux

Si vous constituez de bonnes listes, vous aurez des prospects réellement ciblés, et vous pourrez leur faire différentes offres sur vos produits actuels, ainsi que vos produits suivants.

Une personne qui a acheté un de vos produits et l'a trouvé particulièrement bon, est une personne CONVAINCUE, il sera très facile de lui vendre votre nouveau produit : elle vous connaît, elle connaît la qualité de vos produits, elle sait à quoi s'attendre, elle achètera.

Tandis que pour acquérir un nouveau client il faudra refaire tout le processus pour gagner sa confiance, ce qui vous coûtera plus de temps, et plus d'argent.

Donc, prenez soin de vos clients, offrez leurs des cadeaux, envoyez un mail de temps en temps pour leur rappeler que vous existez. Et montrez leur qu'ils sont privilégiés en étant CLIENT chez vous :

Bonjour Luc,

Par le passé, vous avez acheté mon cours sur le marketing Internet. Je tenais encore une fois à vous remercier et je vous envoie donc un petit guide en complément de ma méthode.

...

Etant client de ma méthode, j'ai une offre très intéressante à vous proposer aujourd'hui :

Je vous offre 50% de réduction sur mon nouveau livre sur la publicité.

10 - Tout ce qui ne sert pas à vendre doit disparaître

Quand vous écrivez une lettre de vente, quel est votre but ? Poussez le lecteur à acheter votre produit ou l'envoyer sur un autre site ?

Pour avoir le meilleur taux de conversion possible, on ne laisse que ce qui permet de vendre, on évite SURTOUT de mettre un lien vers un autre site qui ne favoriserait pas la vente.

Sinon, il ne permettra au lecteur qu'à quitter votre site. Adieu, votre acheteur potentiel...

Il faut également faire attention au graphisme. Une surcharge d'éléments va distraire plus qu'autre chose. Vous devez garder un design efficace. Votre site doit faire professionnel mais il doit rester vendeur!

On attire principalement l'attention sur le bouton de commande de la lettre de vente, c'est l'élément le plus important de votre lettre, il ne doit pas être noyé dans un design trop envahissant.

On voit quelques fois des lettres de vente très longues où l'on doit chercher "comment commander" pour un produit qui est vendu par plusieurs sites différents. Une personne risque fort de finir chez la concurrence.

Si je cherche un produit à acheter, quelque chose que je connais par exemple, mais que je n'ai pas encore.

J'achèterais sur un site

- qui m'inspire confiance

- où la procédure de commande sera "simple et rapide"

Ressources utiles

Vous êtes intéressé par un cours complet sur le Marketing Internet ?

La méthode de Didier Bonneville-Roussy, spécialiste du marketing Internet, dévoile les résultats de 8 ans d'analyses et d'expériences en stratégie marketing pour la rentabilisation fondamentale de tous projets internet.

De l'optimisation des moyens publicitaires à l'élaboration scientifique d'un accroissement maximum de rentabilité, Didier expose tous les leviers techniques et psychologiques qui mènent le visiteur d'un site web à acheter ou à souscrire à un service.

Cette méthode originale permet d'accroître les revenus tirés du web et de tester la viabilité de tout type de projet Internet en un temps record, et pour un budget accessible à tous.

[Cliquez sur ce lien si vous voulez en savoir plus sur cette méthode](#)

Vous voulez écrire des lettres qui feront exploser vos ventes ?

Christian Godefroy, grand spécialiste français de la rédaction publicitaire a écrit une méthode spécialisée dans la conception de lettres de ventes. Il va vous apprendre les formules gagnantes pour écrire des textes vendeurs.

[Cliquez sur ce lien pour en savoir plus sur cette méthode](#)

Vous voulez créer des campagnes AdWords parfaitement optimisées ?

Vous utilisez sûrement déjà le service AdWords de Google pour faire la promotion de vos produits, mais vous ne vous rendez peut-être pas compte que vous perdez beaucoup d'argent tous les jours avec des campagnes qui ne sont pas parfaitement optimisées. Vous pourriez augmenter votre trafic et sa qualité tout en réduisant son coût.

[Apprenez à créer des campagnes Adwords ultra optimisées grâce à cette formation complète en vidéo.](#)