

## Les points importants d'une lettre de vente

La lettre de vente comme son nom l'indique est avant tout une information précise qui a pour but de vendre le produit.

Il est donc important que cette page permette à votre lecteur de réaliser qu'il a tout intérêt à se procurer votre produit afin de trouver la réponse précise à la question qui l'a emmené jusqu'à votre page et ce dès les premiers instants de la lecture de votre page.

Voici donc les points essentiels qui devraient y figurer, ceci est un organigramme de construction qui constitue l'organisation logique de la page avec les points essentiels à y insérer. Vous n'y trouverez de techniques particulières de copywriters mais un plan de construction utilisés par la plupart des marketeurs et qui donne de bons résultats.

### L'entête

La lettre de vente doit commencer par une accroche percutante qui soit délivrer une solution à un problème particulier qui suscite un désir.

Dès le début elle doit capter l'attention et introduire une idée qui sera le thème principal sur lequel va s'appuyer ce qui s'en suit.

Il n'y a pas de nombre de mots précis concernant la longueur de l'entête mais un point important doit être mentionné, cela peut annoncer qui est concerné ou cibler un problème précis.

par exemple:

A l'attention des nouveaux affiliés...

Ou encore:

Ce logiciel va faire croire vos listes de plusieurs centaines d'abonnés en seulement quelques jours...

Elle peut aussi mentionner une source crédible comme:

Vu à la télé...

Un effet d'annonce choc:

Une technique longtemps gardée secrète enfin dévoilée vous fait abandonner tout ce que vous savez sur le marketing...

Mention d'un état de fait:

Tout les experts sont d'accord sur un fait...

Le gros titre.

Situé en haut au centre de la page publicitaire juste au dessous de votre en-tête il est le titre principal -. Généralement en police de taille supérieure avec certains mots importants colorés ou en surligné ce titre doit être la première chose qui saute aux yeux .

C'est un des plus grands atouts de vente de votre page, il doit être utilisée pour mettre en valeur les meilleurs avantages aux yeux du lecteur.

La meilleur raison pour laquelle on doit acheter votre produit

Le résultat obtenu avec votre produit

Les plus grands bénéfices obtenus avec le produit

C'est l'occasion de pouvoir résumer l'avantage principal du produit que votre page propose, il faut donc que cette accroche marque le visiteur dès le départ de sorte qu'il l'ai encore en tête jusqu'à la fin de la lecture

Sortez le grand jeu !

Il y a des formules qui marchent comme par exemple : Comment j'ai réussi à obtenir...sans dépenser un seul centime.

N'hésitez pas insérer des valeurs de temps, en combien de temps peuvent il espérer obtenir les résultats ? Cela permet a votre prospect de se projeter dans l'avenir et de se visualiser avec des résultats si il achète le produit.

Le gros titre doit être précis et comporter des éléments essentiels concernant les points forts de votre produit, il s'agit de mettre l'accent sur la qualité ou les bénéfices de sorte qu'on entre tout de suite dans le sujet et qu'on envie d'en savoir plus.

Pour obtenir un effet plus design et plus professionnel vous pouvez créer le titre général avec un logiciel de retouche d'images comme Photoshop ou Gimp en insérant du texte accentué par des polices top et même y ajouter des couleurs.

Ajoutez une ou plusieurs images pour illustrer le fait, vous pouvez aussi ajouter une image Ecover (boite de couverture) représentant votre produit

### Le titre second

C'est le titre qui fait l'intermédiaire entre le titre général et le paragraphe.

Les titres seconds vont se charger de développer ce qui est annoncé dans le titre général

Il peut ajouter une valeur soit en énonçant un avantage supplémentaire soit en communiquant une chose importante. Par exemple : "*Passez du temps à vos loisirs pendant que vous gagnez de l'argent*" ou bien "*ceux qui l'ont testé ont obtenu de très bon résultats*" ou encore "Je vous dévoile comment..."

Il n'y a pas règles précises mais la aussi il doit y avoir un effet marquant.

Maintenant que vous êtes entré dans le vif du sujet il ne reste plus qu'à développer la partie publicitaire avec l'argumentation.

Si vous examinez la plupart des page de vente (celles qui font le succès de leur rédacteur) vous constaterez que pratiquement toutes passent par ces étapes.

-Enoncer un problème

- Développer le produit en décrivant ses qualités comme la solution à ce problème
- Lister les avantages et bénéfices
- Apporter des preuves
- Susciter le désir
- La promesse
- Le processus
- Le post-scriptum

**Le problème:**

Beaucoup de pages de ventes commencent par énoncer un problème

Il s'agit de décrire un problème particulier, le prospect qui arrive sur votre page doit prendre conscience du problème qu'il rencontre.

Vous pouvez pour ce faire vous appuyer sur des statistiques pour affirmer un problème par exemple : "Seulement 3 % des affiliés réalisent plus de 3000 euros de bénéfices par mois"

ou raconter une expérience de difficultés rencontrées avant de posséder le produit.

- Votre trafic n'est pas ciblé
- Vous voulez arrêter de fumer mais vous prenez du poids
- Votre enfant se drogue et vous n'arrivez pas à le raisonner
- Vous manquez de concentration et n'arrivez pas à gérer votre stress

Etc...etc... quelque soit le domaine il y a toujours des problèmes qui peuvent servir d'entrée en matière

5) Le produit:

Le problème maintenant mis en évidence est pris en considération et a réussi à faire naître le désir de trouver des réponses, c'est là que votre produit ou service entre en action en offrant la meilleure solution.

C'est ici que vous annoncez ce que votre produit a d'unique ou de particulier

"Savez-vous comment font la plupart des \_\_\_\_\_"

"Voici ce que j'ai de nouveau à vous proposer..."

Vous pouvez ici commencer à établir une relation avec le lecteur, parlez-lui de vous, votre expérience, vos connaissances, votre technique secrète, votre méthode particulière de faire les choses...

Expliquez ce que vous avez à offrir dans votre rapport ou comment votre produit permet de résoudre les problèmes auxquels il est confronté.

Racontez une histoire pour expliquer ce qui vous a amené à créer ce produit et les raisons pour lesquelles vous voulez le partager .

Faites preuve de compréhension avec votre lecteur - Vous êtes passé par là où il est et connaissez les problèmes qu'il rencontre, expliquez-lui ce qui a changé depuis que vous avez appris comment il fallait faire ou les résultats que vous avez obtenus depuis son utilisation s'il s'agit d'un logiciel ou d'un script.

Dites à vos lecteurs ce qui est différent par rapport à d'autres produits similaires

Mentionnez des conseils particuliers ou stratégies utilisées dans votre rapport mais sans trop en dire

Montrez leur les résultats spécifiques que vous avez obtenus en utilisant les informations contenues dans votre rapport spécial.

Ne vous contentez pas d'énoncer toutes ces choses, prouvez-les...

### **Les preuves**

Voici maintenant la partie qui devra convaincre le lecteur que tout ce que vous avez dit précédemment est justifié. Avant de prendre la décision d'acheter le client veut être sûr que ça fonctionne et pour cela il a besoin de preuves. Les preuves peuvent être des captures d'écran de résultats obtenus.

Fournir des témoignages, il n'y a rien de plus convainquant que les témoignages... Si un ami à vous conseille un restaurant en vous racontant qu'il fait un délicieux repas pour un prix raisonnable il y a de fortes chances pour que vous alliez à celui qu'il vous a conseillé plutôt qu'à un autre ! C'est à cela que servent les témoignages ils sont des preuves mais sont aussi des recommandations.

Vous pouvez aussi tout simplement ajouter une vidéo qui démontre les avantages de votre produit.

### **Liste des points et bénéfices**

Vous devez définir et développer tous les avantages et bénéfices obtenus par l'utilisation de votre produit ou l'application des conseils et choses révélées si c'est un rapport.

Il ne faut pas seulement ici lister les caractéristiques du produit mais dire tous bénéfices que l'on peut obtenir avec.

Soulignez les avantages les plus souhaitables pour le lecteur... les aides « principales » qui contribuent à résoudre le problème

Mettez en valeur le côté pratique ou les économies de temps et d'argent qu'ils peuvent réaliser avec le produit que vous proposez

### **La motivation et le désir**

Maintenant que vous avez déterminé tous les avantages qu'il obtiendra en achetant le produit vous devez faire monter la température et pousser le prospect à l'achat. Il s'agit de le motiver, de le pousser à l'action. Vous pouvez lui rappeler la situation dans laquelle il est face au problème qu'il rencontre et que vous avez la solution.

Proposez une offre spéciale comme par exemple une offre de lancement avec une promotion pour un temps limité ou réservé aux 50 ou 100 premiers acheteurs.

Offrez un plusieurs cadeaux ou bonus gratuits, ce peut être des rapports ou logiciels, vidéos de formation, ces cadeaux d'une certaine valeur en rapport avec votre produit sera un atout supplémentaire qui va amener votre prospect à cliquer sur le bouton acheter.

Ajoutez des mots clés vendeurs comme "DES MAINTENANT vous pouvez..." ou "NE MANQUE CETTE OCCASION UNIQUE"

Dites leur que plus tôt ils commenceront et plus tôt ils auront des résultats.

Jouez sur l'urgence de prendre la décision maintenant en précisant que votre produit est adapté au marché actuel et que plus il attendra et plus le produit peut perdre de son efficacité en raison de l'évolution du marché

### **La garantie**

"Satisfait ou remboursé", voilà ce que veut le client: la sécurité !

Donnez leur une garantie, proposez leur un remboursement si il n'obtiens pas les résultats escomptés pendant une période de 30 jours.

Ajouter une valeur supplémentaire qui sécurisera le client c'est la possibilité de recevoir un soutien, un support via un service de ticket ou en indiquant un email de support, vous pouvez ajouter la aussi vos coordonnées pour qu'il puisse avoir un moyen de vous contacter à partir de la page de vente.

### **Comment se fait l'achat**

Vous devez ajouter la mention « Cliquez ici pour commander maintenant » ou « Obtenez un accès instantané en cliquant ici » pour lui indiquer ou il doit cliquer pour passer commande.

Il s'agit de sécuriser l'acheteur, quel est ou quel sont les moyens de paiement, comment est-il sécurisé.

Précisez leur comment il recevra son produit, si c'est un téléchargement immédiat ou un délai de livraison si c'est un produit physique.

Le post-scriptum :

Le post-scriptum : PS: j'ai quelque d'important à vous dire bla bla bla...

Ne négligez pas cette partie car elle peut résumer les points essentiels qui vont pousser à l'action et vous pouvez même opter pour la technique suivante: " Mais que faites vous là à lire ce post ? Vous ne voulez pas profiter de tous les avantages que je vous ai réservés si vous commandez des maintenant ? Ne perdez plus votre temps et cliquez cliquez ci-dessus.

Les Lettres De Vente De Robert Collier

<http://cobwebo.com/c/lettresdevente>

About the Author

Lionel Guionet Web-marqueteur

Découvrez comment développer votre réseau, obtenir un revenu résiduel et multiplier vos ventes

<http://lgboss.websiteaboutme.com/>

Source: <http://www.secrets-de-comment.com> | [Formation Marketing](#) | [NetConcept, droits de revente](#)