

Comment
rapidement et
facilement
obtenir plus de
sources de
revenus

<http://www.ebook-publication.fr>

7 tactiques simples pour rentabiliser davantage votre site internet

Nicolas Boussion

Ressources recommandées

- **Lancer une activité sur internet.** Formation en 4 modules : apprenez l'essentiel pour lancer votre projet et développer votre activité internet.
<http://www.lancer.proactive-list.fr/>
- **Ebook Promotion.** Créer et exploiter un ebook gratuit pour construire une mailing-list, consolider et rentabiliser une liste de prospects à partir de livres numériques.
<http://ebookpromotion.proactive-list.fr/>
- **Page efficace.** Découvrir ce qui fait d'une page de vente un outil commercial efficace et rentable
<http://pageefficace.proactive-list.fr/>
- **Produit d'appel.** Découvrez comment vous pouvez rapidement créer un produit d'appel, source de revenus passifs, et surtout attirer de NOUVEAUX clients vers vos produits et services phares
<http://www.appel.proactive-list.fr/>
- **Le prix de la qualité.** Découvrez comment augmenter le tarif de vos offres, avec l'approbation de vos clients... qui en demanderont encore.
<http://www.prix.proactive-list.fr/>
- **Découvrez les webinaires.** L'arme secrète pour diffuser votre expertise, faire grossir votre mailing-list et augmenter vos ventes.
<http://www.webinaire.proactive-list.fr/>
- **Votre video sur le web.** Téléchargez le guide "VOTRE VIDEO SUR LE WEB - Conseils de conception" et commencez immédiatement à tourner votre première vidéo de qualité.
<http://www.video.proactive-list.fr/>
- **Le fameux PACK PLR !** Toujours disponible ici :
<http://pack2017.proactive-list.fr/>

Introduction

Gagner plus d'argent avec votre site Web ne nécessite pas nécessairement de faire un grand changement ou d'assumer un travail monumental. Parfois, tout ce que vous avez à faire est de passer quelques minutes à créer une autre occasion pour vos prospects de rejoindre votre liste ou de vous acheter quelque chose. J'ai préparé pour vous sept moyens d'y parvenir...

1. Dirigez les visiteurs vers votre formulaire d'inscription

L'objectif repose sur deux actions :

1. Installer plus de formulaires.
2. Demander explicitement à vos prospects de s'inscrire.

En bref, vous voulez donner à vos visiteurs le maximum d'occasions de s'inscrire à votre mailing-list. Parce que si les gens quittent votre site sans s'inscrire (ou sans acheter quelque chose), il y a de grandes chances qu'ils vous oublient.

Alors, comment pouvez-vous multiplier les occasions de s'inscrire ? Par exemple comme ceci :

- **Insérez un appel à l'action à la fin ou même dans vos articles de blog.** Idéalement, le cadeau que vous offrez devrait être étroitement lié à l'article dans lequel il est inséré. Si nécessaire, créez plusieurs versions de votre cadeau afin que vous puissiez le promouvoir dans la plupart des articles de votre blog.
- **Intégrez des formulaires d'inscription dans la barre latérale de votre blog.** Assurez-vous d'informer les visiteurs sur les bénéfices qu'ils tireront de votre cadeau s'ils acceptent de vous donner leur email.
- **En fait n'oubliez aucun contenu.** Si vous proposez des podcasts ou des vidéos, profitez-en pour y insérer des appels à l'action francs et directs. Tout support est bon pour promouvoir vos cadeaux.

- **Testez les gadgets.** Il ne faut pas en abuser mais la plupart des plateformes d'auto-répondeur proposent des formulaires qui apparaissent automatiquement en bas ou en haut de page, par exemple au bout de 30 seconde de visite, ou bien qui apparaissent en plein écran lorsque le visiteur s'apprête à quitter votre site sans s'être inscrit.

2. Multipliez les offres

Trop souvent, les adeptes du e-commerce créent un super nouveau produit, l'annoncent dans un ou deux articles de blog puis aux membres de leur mailing-list, voire dans les réseaux sociaux. Ce n'est pas suffisant. Il faut aller plus loin en multipliant les offres elles-mêmes, et donc en visant le long-terme. Vous pouvez gagner plus d'argent avec votre site web simplement en proposant plus de produits et services.

Voici trois façons d'augmenter les ventes :

- **Insérez vos offres de produits dans la barre latérale de votre blog.** Encore elle ! En fait il faut vraiment l'exploiter. Vous pouvez par exemple créer une section "Produit vedette", où vous présentez un nouveau produit chaque semaine. Vous pouvez également configurer un plugin qui fait tourner les offres automatiquement afin que les visiteurs puissent voir tous vos produits.
- **Placez des offres sur votre page de confirmation d'abonnement.** A ce stade, vous avez un prospect qui s'intéresse suffisamment à ce que vous proposez pour rejoindre votre newsletter. Il s'est inscrit : c'est le bon moment pour lui faire une offre. Pour de meilleurs résultats, placez une offre directement liée au cadeau que le prospect vient de demander.
- **Mettez des offres sur les pages d'inscription à vos webinaires.** Vous proposez des webinaires ? Si c'est le cas, vous pouvez placer une offre sur la page d'inscription même.

Essayez quelque chose comme ceci : "Mettez-vous au courant avant le webinaire en regardant cette vidéo..."

La suite...

3. Ventes additionnelles et ventes croisées

Si vous vendez quelque chose sur votre site internet, alors chaque bon de commande devrait inclure soit une vente additionnelle soit une vente croisée. Quelle est la différence ? Jetez un œil :

Une vente est dite croisée lorsque vous proposez quelque chose en relation avec l'achat principal. Cette offre complémentaire doit améliorer l'expérience ou les bénéfices du produit initialement commandé. L'exemple classique est celui du vendeur de fast-food qui demande si vous voulez des frites en plus de votre hamburger.

Peu importe ce que vous vendez, vous pouvez faire quelque chose de semblable. Par exemple, si quelqu'un vous commande un livre sur les régimes, vous pouvez proposer en plus une application smartphone de planification des repas.

Une vente est additionnelle quand vous offrez quelque chose qui élargit la commande initiale. L'exemple classique au fast-food est quand le vendeur demande si vous voulez une version "king size" de votre commande (ce qui signifie que vous obtenez plus de frites et une boisson plus grande). Vous n'ajoutez pas de nouveaux produits à la commande, vous n'ajoutez que ce que vous avez déjà commandé.

Encore une fois, vous pouvez le faire dans votre activité aussi. Par exemple, si quelqu'un vous commande une vidéo, vous pouvez proposer les transcriptions audios ou écrites; si quelqu'un vous commande trois mois de coaching, vous pouvez offrir un mois supplémentaire à un prix très réduit.

CONSEIL : Pour vraiment booster les conversions sur vos ventes additionnelle et croisées, ne lésinez pas sur la promotion. Précisez bien que la remise ou toute autre offre spéciale n'est disponible qu'ici et maintenant en raison de sa valeur exceptionnelle. Si quelqu'un veut acheter le produit

plus tard, il pourra mais, ... éventuellement. Et il devra alors payer le prix fort.

4. Insérez des offres directement dans votre contenu

Si vous avez un blog, vous mettez probablement des offres dans la barre latérale, dans l'en-tête et/ou le pied de page et peut-être même à la fin de chaque article. Ce sont toutes de bonnes idées. Mais ne manquez pas d'intégrer également les offres directement dans le contenu.

Attention cela ne veut pas dire que vous devez essayer de tout vendre à tout prix dans chacun de vos articles. Cela signifie plutôt que vous recommandez des produits connexes directement à partir du contenu.

Supposons, par exemple, que vous écriviez un article sur la création d'une liste de diffusion. Vous pouvez insérer un lien d'affiliation vers votre fournisseur de service de messagerie préféré, ou vers votre auto-répondeur favori avec les avantages et les raisons pour lesquelles vous le recommandez personnellement.

5. Créez du contenu viral

Chaque élément de contenu que vous placez sur votre site web doit avoir un but spécifique. Ces objectifs sont variés : vendre, asseoir votre expertise et renforcer votre image, générer du trafic.

En ce qui concerne ce dernier point, l'une des meilleures sources à exploiter est votre base de visiteurs existante. Dans ce contexte il vous faudra créer du contenu viral facilement partageable.

Qu'est-ce qui rend le contenu viral ? Eh bien, ce n'est pas franchement une science exacte ! Cependant, voici cinq caractéristiques de campagne virale reconnues comme efficaces :

- **Le contenu est original.** Si vous voulez intéresser les gens et donc les pousser à partager votre contenu, ce dernier doit être original, soit dans le fond, soit dans la forme.

- **Le contenu est positif.** Certes on voit beaucoup de choses négatives faire le buzz sur internet. Mais heureusement on voit aussi beaucoup de choses positives. Pensez à tout ce qui fait sourire ou qui attendrit (exemple de toutes ces jolies vidéos de chats), tout ce qui fait se sentir bien. Si vous pouvez créer des émotions chaleureuses chez les gens, votre contenu a de meilleures chances de devenir viral.
- **Le contenu est dans un format facilement "consommable".** Les gens n'ont plus le temps de lire d'énormes ebooks, de regarder des vidéos de 30 minutes, etc... Et même s'ils le font, ils sont moins susceptibles de le transmettre à leurs amis. C'est pourquoi le contenu viral a tendance à être court : un article de blog, une infographie, une vidéo de trois minutes.
- **Le contenu est facile à partager.** En d'autres termes, ne mettez pas de barrières entre vos prospects et le contenu. Utilisez par exemple les boutons dédiés des réseaux sociaux.
- **Le contenu contient un appel à l'action.** Si vous voulez vraiment augmenter le nombre de personnes qui partagent votre contenu, dites-leur explicitement ce qu'il faut faire. Par exemple : "Cliquez ici pour partager ce contenu sur Facebook et faire rire vos amis !"

6. Exploitez au maximum votre auto-répondeur d'emails

Nous avons parlé de diriger les visiteurs vers vos "lead pages" pour que vous puissiez construire votre fichier de prospects. Voici maintenant une autre clé : lorsque les gens rejoignent votre liste, ils doivent commencer à recevoir une séquence d'au moins cinq ou six courriels envoyés automatiquement par votre répondeur automatique favori.

Par exemple, "Cinq façons sûres de stimuler vos taux de conversion", ou "Les sept étapes pour vendre votre maison".

Voici trois conseils pour créer une séquence de suivi réussie :

- **Se concentrer sur la vente d'un seul produit ou service.** Si vous bombardez vos nouveaux prospects avec une variété d'offres multiples, ils n'achèteront probablement rien du tout. Concentrez donc votre séquence de courriels sur la promotion d'une seule grosse offre.
- **Créer des courriels qui sont en partie du contenu, en partie de la promotion pure.** Le contenu résoudra une partie du problème de vos prospects et permettra de vous afficher comme expert et d'établir la confiance. L'argumentaire de vente, purement commercial, doit alors concerner un produit ou un service qui résout le reste du problème évoqué. En d'autres termes, le contenu gratuit, de qualité et utile, doit naturellement conduire à la solution payante.
- **Préparer la séquence de messages avec l'attention qu'elle mérite.** L'enjeu est important : rédigez les emails en gardant l'objectif en vue, choisissez chacun de vos mots, ne bâclez pas la rédaction. Combinez subtilement le conseil utile et le marketing, montrez que vous pouvez aider le prospect en *l'aidant effectivement* :
 - *Mettre l'accent sur les avantages du produit ou du service. Faites savoir à vos clients potentiels pourquoi ils doivent se procurer votre produit/service.*
 - *Donnez-leur un aperçu réel des bénéfices promis : aidez-les !*
 - *Déminez les objections potentielles. Votre garantie et vos témoignages vous aideront à surmonter de nombreuses objections. Cependant, si vous savez que votre auditoire a une objection spécifique, vous devez la soulever et la traiter dans votre courriel. Par exemple, si*

vous facturez un prix plus élevé, vous devez justifier le prix.

7. Une offre de sortie

Quand les gens quittent votre site sans rejoindre votre liste ou sans acheter quelque chose, il y a de bonnes chances qu'ils ne reviennent jamais. Même ceux qui ont de bonnes intentions ont tendance à vous oublier. C'est pourquoi il est si important d'inscrire les visiteurs sur une liste ou de leur demander de faire un achat avant de partir.

Pour cela, placez devant leur yeux une offre absolument irrésistible dès qu'ils cliquent sur le bouton retour ou essaient de quitter votre site.

Note : Si vous n'avez pas le savoir-faire technique pour faire cela, sachez qu'il existe de nombreux logiciels ou plugin capable de le faire pour vous. La plupart des autorépondeur proposent la fonction, et sous Wordpress il existe de nombreux plugins (chercher "Exit popup").

Ce n'est pas parce qu'ils quittent votre site qu'ils sont forcément déçus par ce que vous leur offrez. Simplement vous ne leur avez pas présenté l'opportunité attendue. Maintenant que votre prospect est sur le point de quitter définitivement vos pages, c'est l'opération dernière chance !

Voilà ce que vous pouvez offrir :

- *Un cadeau absolument irrésistible, si possible en relation avec la dernière page visitée.*
- *Un très substantiel rabais ou une offre spéciale sur votre produit phare.*
- *Un produit/service non annoncé.*

En d'autres termes, ce n'est pas le moment de choisir une offre médiocre. Faites le maximum pour capter l'email de votre prospect ou pour le transformer en client.

Conclusion

Voilà donc sept manières de rentabiliser davantage votre site.

Comme vous l'avez vu, bon nombre de ces stratégies sont rapides à mettre en place. Vous pouvez commencer à travailler sur ces techniques dès maintenant et obtenir des résultats dès demain. Alors pourquoi attendre ?

Récupérez une version personnalisable de ce rapport.

Et si pouviez éditer ce fichier à votre guise et ainsi promouvoir votre propre site, vos propres produits, vos propres services ?

Mieux : récupérez 5 autres rapports de ce type !
Cliquez sur le bouton :

CLIQUEZ ICI
Accès rapide



© Tous droits réservés 2018.
Vous pouvez transmettre ce guide uniquement si vous le laissez dans cet état. Pour les droits libres visitez : <http://aimant.proactive-list.fr>

[>> en savoir +](#)