


# Business sur internet : maîtrisez vos chiffres pour mesurer votre succès !


Pourquoi est-ce que je parle de ce sujet aujourd'hui ?

 **Bertrand HarmoChopin Carbonneaux** 22 juin, 14:09


Ça y est : mon tout premier tunnel de vente est opérationnel ! Vive moi ! Et merci, Olivier ! A moi la machine à cash !

J'aime Commenter

Vous, Frederic Nee, Loïc Tap et 7 autres personnes Vu par 65 personnes


 **Bertrand HarmoChopin Carbonneaux** Eh bien, ce n'est pas encore aujourd'hui que je ferai fortune : premier jour de lancement, e-mail envoyé à 4 heures du matin (heure de Paris); à 14h30, sur 2.790 prospects, 230 ouvertures (8%), 17 clics (0,6%), aucune vente... 😞

J'aime Répondre · 1 · 24 juin, 05:28 · Modifié


 **Marie-Odile Pirus** Pas mieux... 😞 24 000 présentations sur LinkedIn. 12 clics. Zéro vente.

J'aime Répondre · 1 · 24 juin, 05:49


Votre réponse...

 **Bertrand HarmoChopin Carbonneaux** Voici les statistiques de conversion et de ventes pour ce tunnel :  
envoi e-mail le 24 06 17 à 2.790 prospects  
17% d'ouvertures  
1,4% de clics  
(soit 9,05% de réactivité)  
AUCUNE VENTE

J'aime Répondre · 29 juin, 09:27

 **Isabelle Vauche** regarde le post de Marie-Odile, elle s'inquiétait il y a qqs jours et... hop, cela démarre... courage !

J'aime Répondre · 2 · 30 juin, 00:18

 **Bertrand HarmoChopin Carbonneaux** Merci de ton soutien, Isabelle.

J'aime Répondre · 1 · 30 juin, 00:20

 **Marie-Odile Pirus** 😊 espère que tout ira bien. 29 juin, 22:47

Bonjour à tous, je viens de faire ma toute première vente... EN DORMANT ! 😊

J'aime Commenter

21 Vu par 94 personnes

Que faut-il penser de ces **chiffres** ? Qu'attendre, qu'espérer comme **résultats** ?

Comment déterminer vos **objectifs** et savoir si votre action a un sens si vous ne connaissez pas vos chiffres ? Comment prendre des décisions éclairées et non à l'aveuglette ?

## Où en êtes-vous dans votre projet ?

Pour créer votre formation en ligne, vous devez :

1. Déterminer votre sujet
2. Créer votre Espace Membre sécurisé
3. Créer votre Mécanique de Vente optimisée ←
4. Générer du trafic

## Ressources



Article « **Comment Déterminer votre Offre** » :

<https://olivier-bessagnet.com/web-marketing/marketing-internet/comment-determiner-le-prix-de-votre-offre.html>



Article « **Comment Créer un Programme par Abonnement** » (Mécanique de Vente + Templates) :

<https://olivier-bessagnet.com/web-marketing/marketing-internet/creer-programme-par-abonnement-stabiliser-revenus-mensuels.html>



Formation Express « **Mon 1<sup>er</sup> Produit Numérique** »

(Mécanique de Vente « Classique » + Templates) :

<https://creer-votre-formation-en-ligne.com/debutants-video-gratuites/>



Article « **5 Erreurs qui Plombent vos Publicités Facebook !** »

<https://olivier-bessagnet.com/web-marketing/marketing-internet/5-erreurs-plombent-vos-publicites-facebook.html>

## Qu'attendre, qu'espérer comme résultats ?

Bertrand dit :

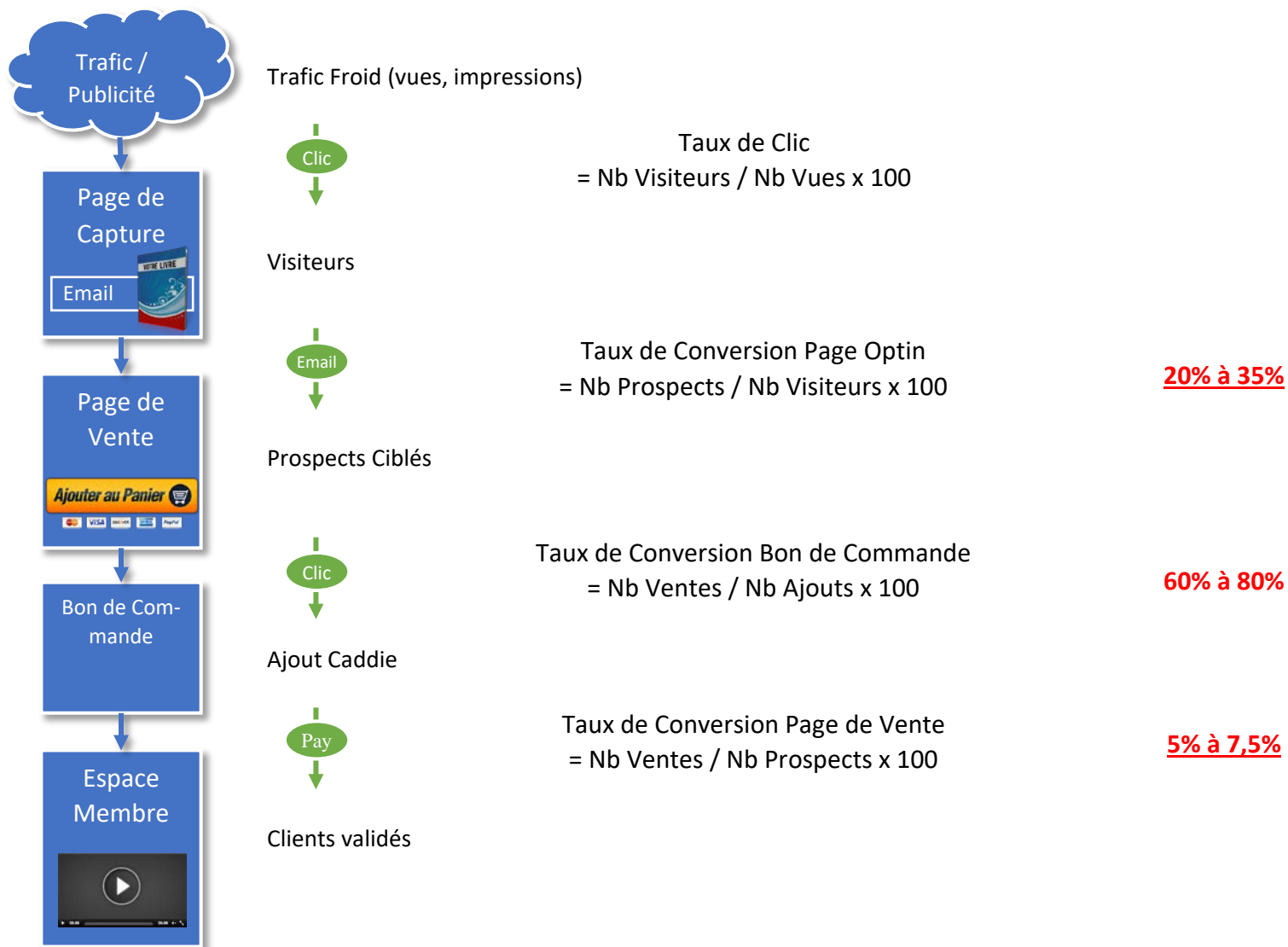
- Email envoyé à 2790 personnes
- 8% de taux d'ouverture = 230 personnes ont lu le message
- 17 clics, donc 17 personnes ont visité la page de vente ? Ou la page de capture ?
- Qu'espérer comme ventes ?

Marie-Odile dit :

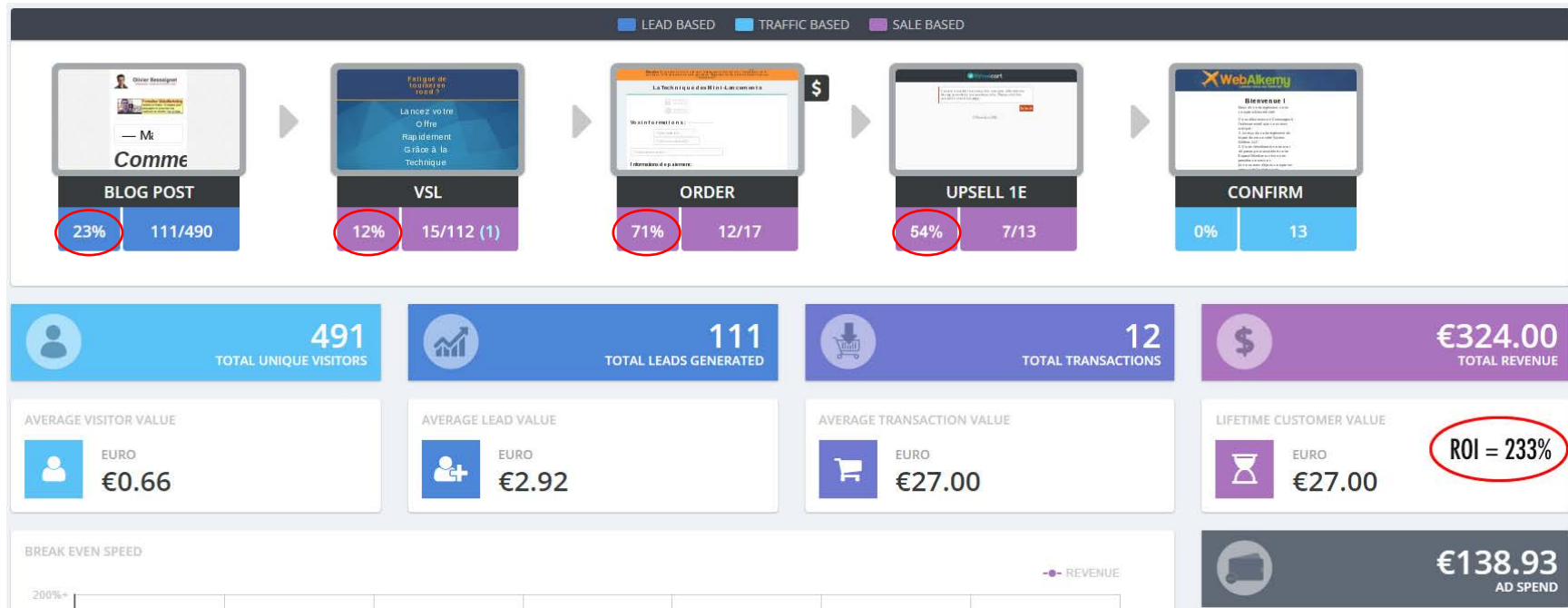
- 24 000 présentations sur LinkedIn
- 12 clics vers l'entrée de la Mécanique de Vente (inscription à un ebook)
- Zéro vente
- Faut-il se décourager ?

*Réponse à l'énigme en fin de présentation...*

## Les Chiffres d'une Mécanique de Vente



## Exemple de Conversion d'une Mécanique de Vente



Outil : ConversionFly.com

## Etude de cas d'une campagne de Publicité Facebook

Nom de la campagne	Montant dé...	Impressions	Clics uniq...	Prospect...	Achats su...	Coût pa...
	372,37 €	11 303	494 7-day	97 7-day	6 7-day	62,15 € 7-day

### Sur 37 jours :

- Montant dépensé : 372,37€ (10€ en moyenne par jour)
- Impressions : 11 303
- Clics uniques : 494
- Prospects : 97
- Achats : 6 (produit à 237€)

Type	Mesure	Formule	Exemple
Conversions	Taux de clic	$\text{Nb Visiteurs} / \text{Nb Vues} \times 100$	$494 / 11303 \times 100 = 4,37\%$
	Tx Conv Page Optin	$\text{Nb Prospects} / \text{Nb de Visiteurs} \times 100$	$97 / 494 \times 100 = \mathbf{19,6\%}$
	Tx Conv Page de Vente	$\text{Nb Achat} / \text{Nb Prospects} \times 100$	$6 / 97 = \mathbf{6,18\%}$
Coûts	Coût par Clic	$\text{Frais} / \text{Nb Clics}$	$372\text{€} / 494 = 0,75\text{€}$
	Coût par Lead (Prospect)	$\text{Frais} / \text{Nb Prospects}$	$372\text{€} / 97 = 3,83\text{€}$
	Coût par Achat	$\text{Frais} / \text{Nb Achats}$	$372\text{€} / 6 = 62,15\text{€}$
Performances	Chiffre d'affaire CA	$\text{Nb Ventes} \times \text{Prix Produit}$	$6 \times 237\text{€} = 1422\text{€}$
	Marge / Profit	$\text{CA} - \text{Frais}$	$1422\text{€} - 372\text{€} = \mathbf{1050\text{€}}$
	ROI (Retour sur Investissement)	$\text{CA} / \text{Frais} \times 100$	$1422\text{€} / 372\text{€} \times 100 = \mathbf{382\%}$

## Analyse de votre campagne

Le chiffre clé, c'est le ROI : le retour sur investissement. C'est finalement le seul chiffre qui compte. Dans ce cas, il est de 382%. Cela veut dire que :

- Lorsque j'investis 1€, j'en récupère 3,82€ derrière et j'en garde 2,82€ net de frais
- Lorsque j'investis 100€, j'en récupère 382€ derrière et j'en garde 282€ net de frais
- Lorsque j'investis 1000€, j'en récupère 3820€ derrière et j'en garde 2820€ net de frais

Comment prendre une décision ?

- Si votre ROI < 100% : votre campagne n'est pas rentable, il faut arrêter tout de suite.
- Si votre ROI > 100% : votre campagne est rentable, vous pouvez continuer.

Dans cette étude de cas, le ROI > 100%, donc nous continuons la diffusion de cette campagne.

## Qu'attendre comme résultats ?

- 12 500 impressions
- x4% = 500 visiteurs sur votre page de capture
- x20% = 100 prospects
- x6% = 6 ventes

## Réponse à l'énigme

Bertrand :

- 17 clics vers une page de vente
- Je prévois Tx Conv Page de Vente 6% :  $17 \times 6\% = 0,85$  ventes

Marie-Odile :

- 12 clics vers une page de capture
- Je prévois Tx Conv Page Optin :  $12 \times 20\% = 2,4$  prospects
- Tx de Conv Page de Vente :  $2,4 \times 6\% = 0,14$  ventes

## Comment optimiser vos taux de conversion ?

- Envoyez vos pub Facebook vers un Article Pivot et utilisez Thrive leads pour capturer les emails directement lors de lecture de l'article
- Insérez des Dates Butoirs Automatiques : +40% à 50% de ventes
- Séquence automatisée de suivi client
- Fractionner votre offre (Bump et Upsell)

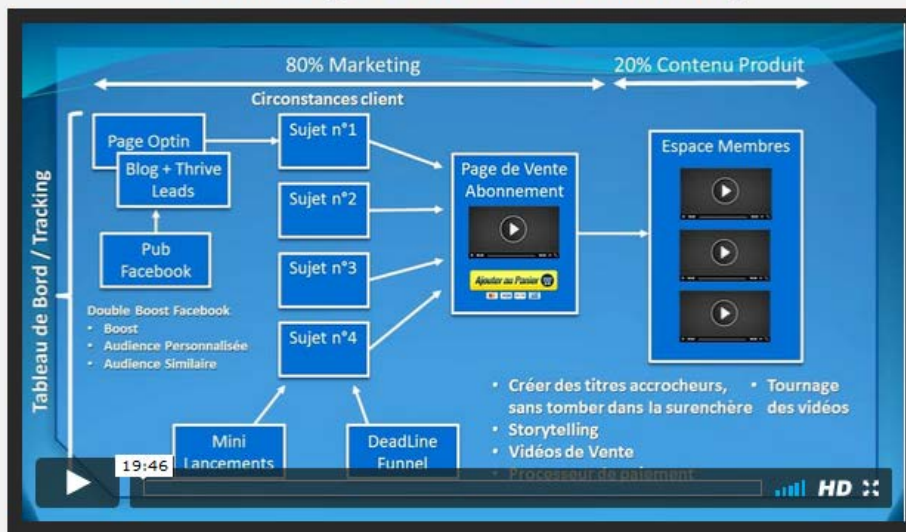
## Où se former ?

Cursus WebAlkemy : 12 cours

Pour voir la liste des cours, [cliquez ici...](#)



## Votre Système WebAlkemy



## Vos Cours WebAlkemy



**La Technique des Mini Lancements :**  
Exemples et études de cas pour vous lancer sans vous épuiser



**Comment déterminer votre Offre internet :**  
Quels prix pratiquer, quelles mécaniques de vente utiliser, comment fractionner votre offre pour générer plus de chiffre d'affaire



**Comment Tourner vos Vidéos Rapidement et Créer votre Espace Membre Sécurisé :**  
Matériel vidéo et tutoriels vidéos pour créer votre Espace Membre