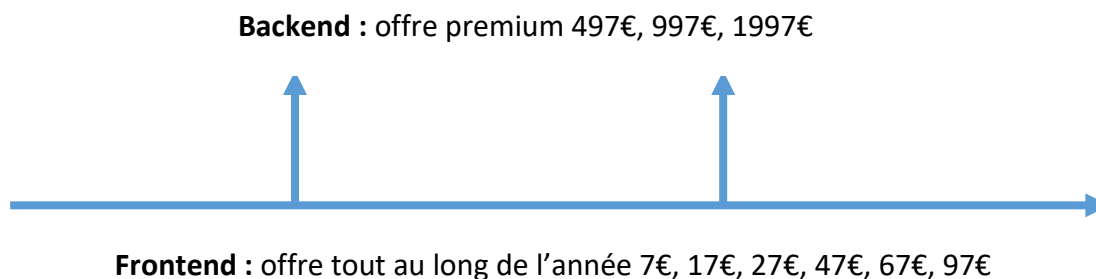


Comment déterminer votre offre internet

Une stratégie durable

- **Frontend** : acquisition de clients tout au long de l'année, qui rembourse les frais de trafic.
- **Backend** : monétisation et rentabilité



Checklist des erreurs qui conduisent à un flop

- D'abord écrire (livre) ou enregistrer (vidéos) le contenu, puis se demander comment le vendre...
- Partir sur l'idée de créer un produit à 47€, puis étendre le programme et du coup monter le prix à 97€ car « il le vaut bien »...
- Démarrer par le contenu sans avoir fait d'étude de marché précise au préalable
- La « malédiction de l'expert » : enseigner ce qui nous intéresse à l'heure actuelle. Difficulté à se remettre au niveau de ses clients, souvent débutants.
- Essayer de s'adresser à tout le monde... Un sujet vague pour une audience large.
- Enseigner une technique et non un bénéfice ou un résultat.
- Vouloir réinventer la roue, c'est-à-dire vouloir créer une mécanique de vente différente et unique (« le marketing, ce n'est pas pour moi car... »).

Etre à l'écoute de vos clients

- Déterminer Pourquoi ils auraient besoin de votre solution ET pourquoi ils n'auraient PAS besoin de votre solution.
 - Leurs **désirs** : pourquoi ils veulent votre solution (leads and sales).
 - Leurs **motivations** (émotionnelles) : pourquoi ont-ils ce désir ? Qu'est-ce qui les anime vraiment ?
 - Leurs **objections**, leur scepticisme : toutes les raisons pour lesquels ils ne veulent pas acheter votre solution.
- Pourquoi faire ce travail :
 - Cela vous aide à créer votre offre.
 - Cela vous aide à déterminer vos priorités et quel contenu est le plus pertinent (au moins pour démarrer).
 - Cela vous aide à créer vos titres pour vos page optin et pages de ventes.
 - Cela vous aide à créer votre tunnel de vente.
 - Cela vous aide à optimiser vos conversions et vos ventes.
 - Cela vous évite de tourner en rond et d'être aux prises avec le syndrome de la page blanche.

Déterminez votre Tunnel ou Mécanique de Vente

Pas de **Mécanique de Vente** = il ne va rien se passer.

Objectifs :

- Eduquer, informer
- Se faire connaître, engager une relation privilégiée, affirmer ses valeurs morales, créer la confiance
- Positionner la valeur de votre offre, finaliser la vente

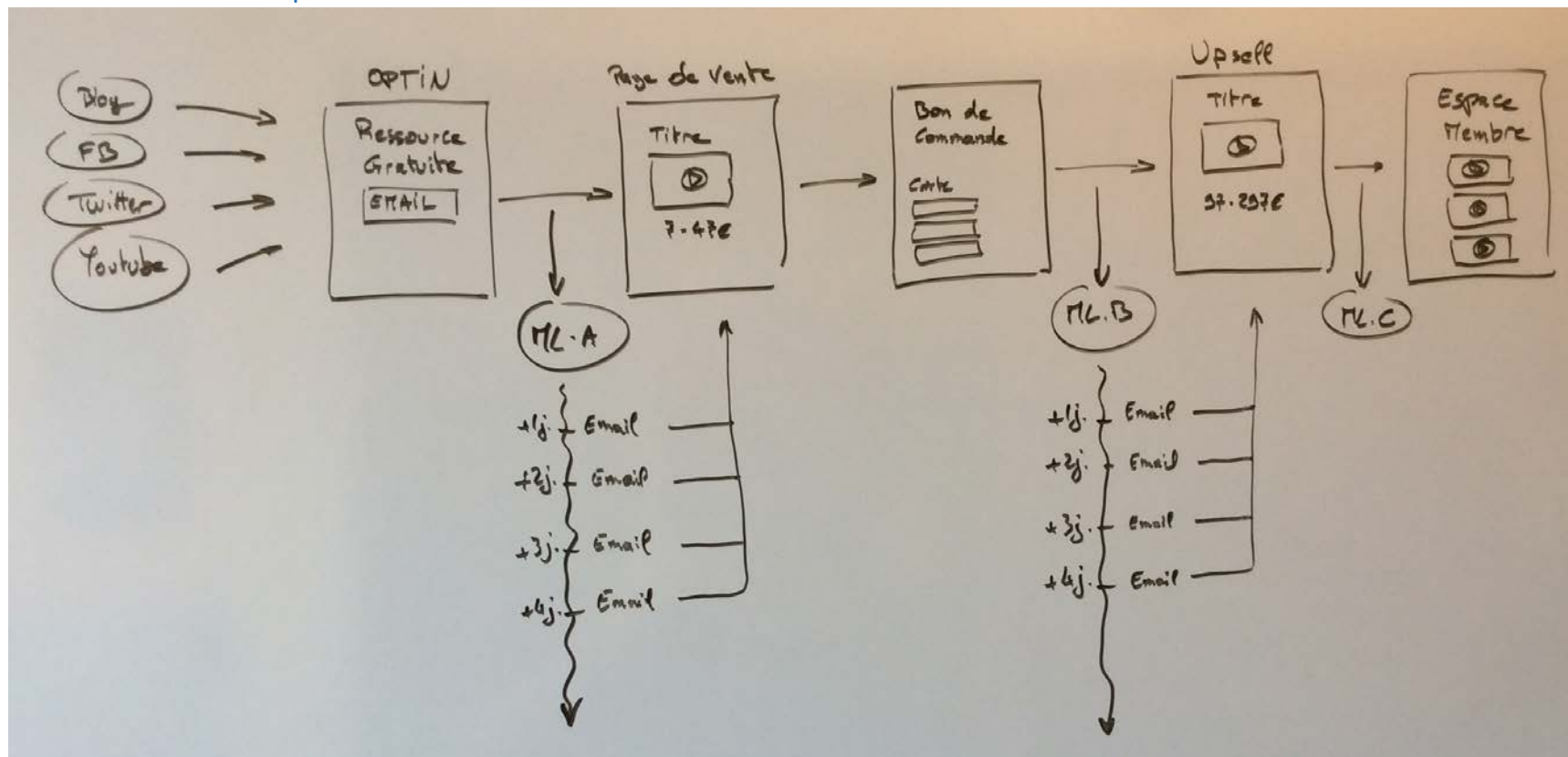
Tunnel Front-end (acquisition de leads) :

- Tunnel classique
- Abonnement mensuel

Tunnel Back-end (rentabilité) :

- Lancements
- Webinaires de vente

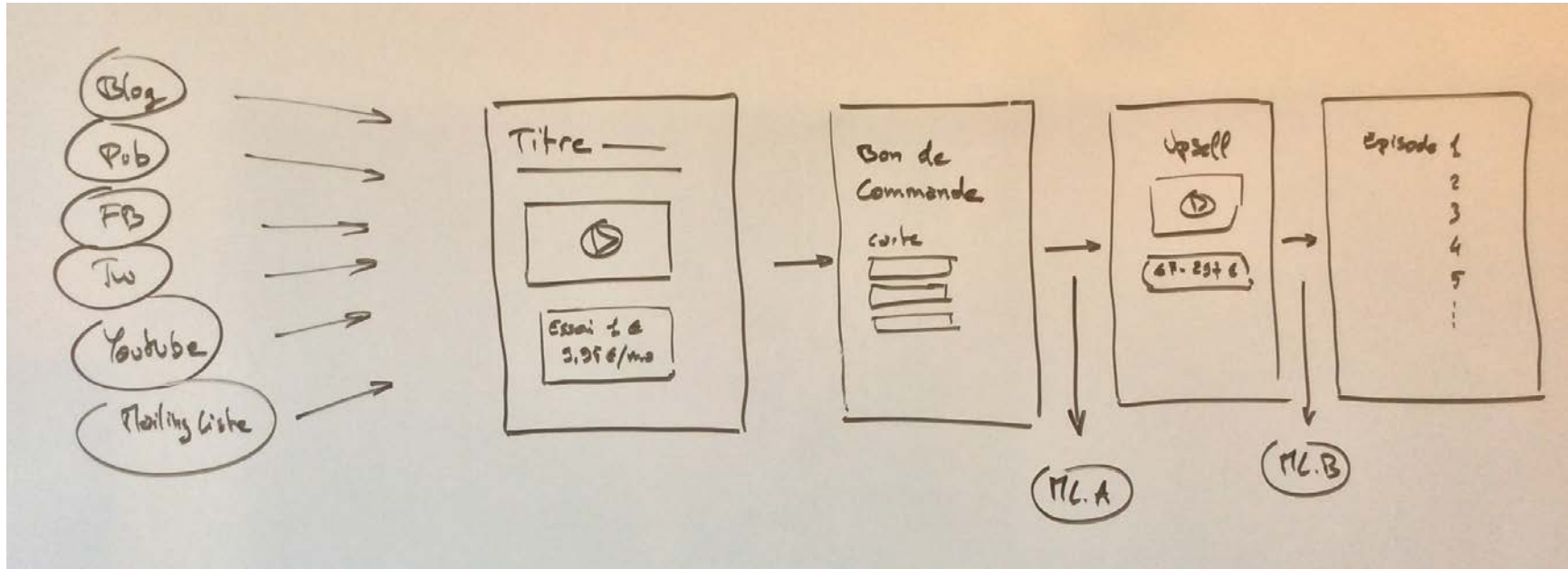
Tunnel de vente classique



Cette mécanique de vente permet de pratiquer les prix recommandés suivants :

- Ressource gratuite : 0€
- Page de vente : 7€, 17€, 27€, 37€, 47€ ou 67€
- Upsell : 97€, 147€, 197€, 247€, 297€

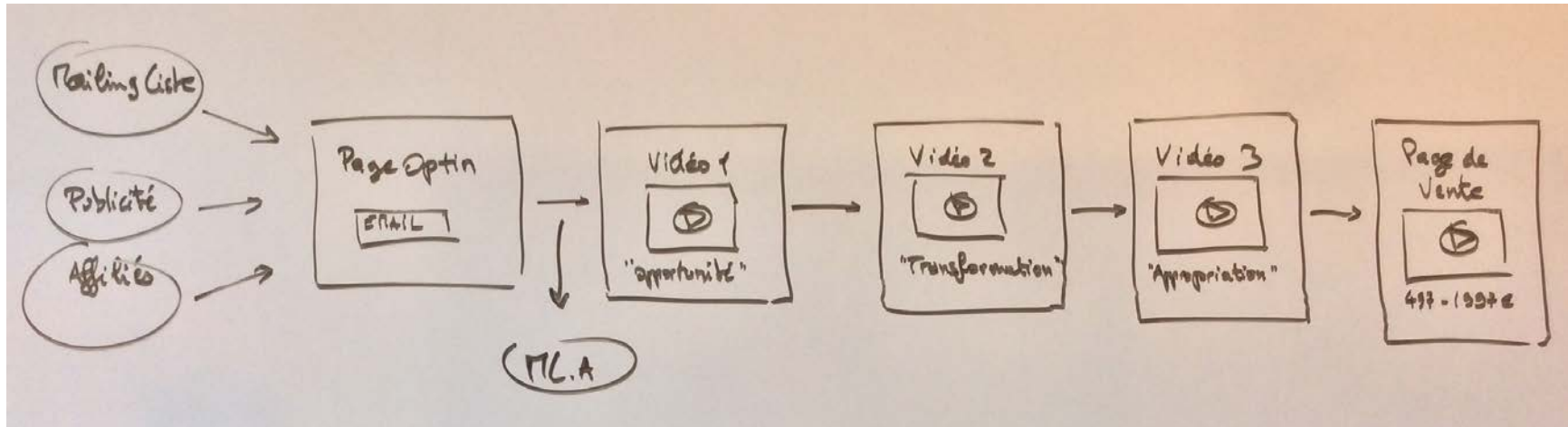
Abonnement mensuel



Cette mécanique de vente permet de pratiquer les prix recommandés suivants :

- Page de vente : essai 1€ pendant 15 ou 30 jours
- Abonnement mensuel à 9,95€, 19,90€, 29,90€, 37€, 47€, 67€ ou 97€ par mois.

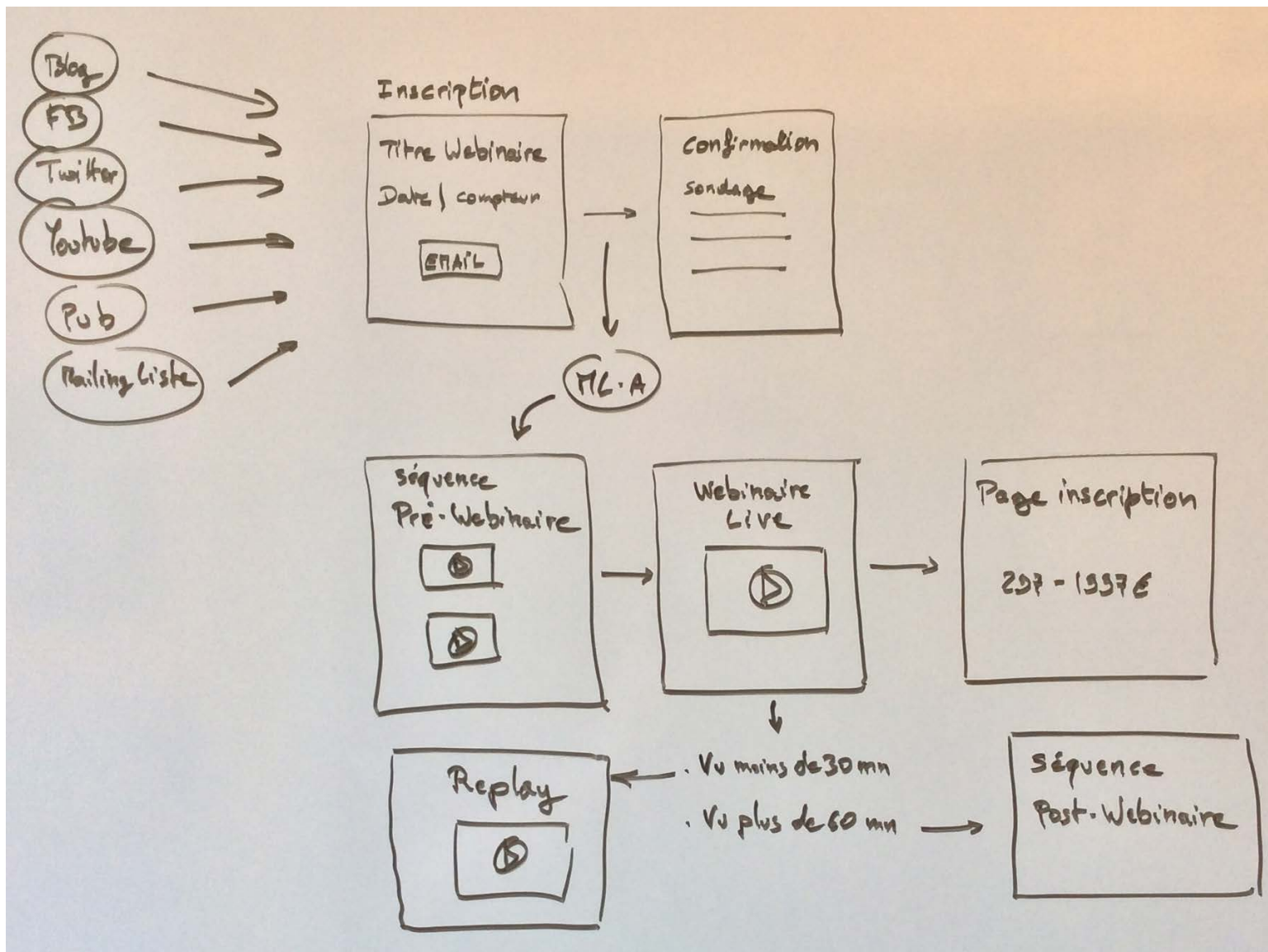
Lancement de produit (Jeff Walker)



Cette mécanique de vente permet de pratiquer les prix recommandés suivants :

- Page de vente : 375€, 497€, 997€, 1497€, 1997€, 2497€ etc.

Webinaires de vente



A vous de jouer

1. Déterminez les besoins de vos clients (sondage et analyse).
2. Décidez d'un tunnel de vente.
3. Déterminez le prix de votre offre en fonction du tunnel choisi.
4. Déterminer le contenu de votre offre en fonction du prix choisi.
5. Ne revenez pas sur vos décisions tant que vous n'avez pas bouclé votre 1^{er} projet.