

Les 3 systèmes

qu'il vous faut

pour vendre sur internet

Guide de travail

Contenu

[Les systèmes de découverte 5](#_Toc422079805)

[Votre blog 5](#_Toc422079806)

[Les réseaux sociaux 7](#_Toc422079807)

[Les webinaires 8](#_Toc422079808)

[Les conférences publiques 9](#_Toc422079809)

[Publiez un livre 10](#_Toc422079810)

[Etablir un système de relation 11](#_Toc422079811)

[Le marketing par email 11](#_Toc422079812)

[Réseautage, rencontres en personne 12](#_Toc422079813)

[Consultations/séances/prestations gratuites 13](#_Toc422079814)

[Des systèmes de vente 13](#_Toc422079815)

[Votre entonnoir des ventes 14](#_Toc422079816)

[Offres spéciales 15](#_Toc422079817)

[Plateforme d'achat et de livraison 17](#_Toc422079818)

[Le service clientèle 17](#_Toc422079819)

[Un système solide transformera votre activité pour le meilleur. 18](#_Toc422079820)

D'après certaines personnes bien intentionnées, gagner de l'argent sur internet est impossible, futile et frustrant. Bien souvent ces personnes travaillent 60 heures par semaine, ont tout le mal du monde à trouver leur gamme idéale de clients et perdent peu à peu leur motivation.

Vous les entendrez souvent dire :

* "Si seulement je pouvais trouver des clients agréables et ne regardant pas à la dépense…"
* "Si seulement je pouvais fidéliser mes clients…"
* "Si seulement je pouvais créer des produits/services en un temps raisonnable…"

La vérité c'est que ces "si seulement" font toute la différence. Si seulement ils savaient comment les concrétiser.

Le fait est cependant qu'ils peuvent bel et bien trouver les bons clients, ceux que se fidélisent d'eux-même, et sans avoir à travailler jour et nuit.

Le système à mettre en place est simple, pas vraiment nouveau, et vise uniquement à alimenter votre entonnoir des ventes pour générer un niveau de revenu à peu près constant dans le temps.

Cette approche consiste en l'installation de 3 blocs d'activités fonctionnelles ayant chacune leur propre objectif :

* **La découverte.** Votre nouveau client a besoin de vous connaître avant d'acheter. Cette découverte de votre offre et de vous-même peut se faire de nombreuses manières, c'est donc à vous de trouver celle qui adaptée à votre situation et à vos objectifs.
* **La relation.** Une fois qu'il vous a trouvé, votre prospect idéal ne va probablement directement vous acheter quelque chose. C'est possible mais peu probable, c'est surtout une absence de garantie de fidélisation à long terme. Hors, la fidélisation est un objectif crucial du commerce online.
* **La transaction.**  Il faut bien que le prospect se transforme en client et pour cela il doit sortir sa carte bleue. Il y a de multiples manières de concrétiser cet objectif et vous devez en intégrer le maximum dans votre entonnoir de ventes. Cela consiste à présenter la bonne offre au bon moment, puis à poursuivre avec toute une série d'autres offres.

Cela n'a pas l'air très compliqué à première vue…et il faut l'avouer ce n'est réellement pas très compliqué. La difficulté est de se décider à le faire, et à le faire correctement.

Voyons tout cela étape par étape.

# Les systèmes de découverte

Dans de nombreux cas les nouveaux clients vous arrivent par bouche-à-oreille, qu'il soit réel ou virtuel.

C'est très bien car cela fait gagner du temps et de l'argent. Le problème c'est que le bouche-à-oreille est imprévisible et instable.

Vous devez donc alimenter votre tunnel des ventes avec d'autres sources plus stables et plus il y en aura mieux ce sera.

### Votre blog

On peut se poser la question de l'utilité d'un blog aujourd'hui. Beaucoup de soi-disant expert vous diront que le blog, comme le marketing par email, est mort.

Ne les croyez pas.

Avoir un blog reste indispensable pour capter de l'audience. Pour moi cela reste même l'élément central même s'il est plus difficile de mettre en place un nouveau blog aujourd'hui qu'il y a 5 ans. Ce n'est pas plus difficile techniquement (c'est même beaucoup plus simple) mais c'est plus difficile en termes de visibilité. Si vous partez de zéro, vous pouvez très bien attendre une année avant d'avoir du monde sur votre blog. Seuls ceux qui le savent y arrivent car ils savent qu'il faut persister. Voilà les éléments à considérer pour accélérer un peu les choses :

* Une crédibilité solide. Toute personne qui parcourt un blog bien alimenté en articles intéressants comprend que l'auteur sait de quoi il parle. Votre blog devient comme une sorte de CV en ligne (d'un point de vue marketing).
* Une accessibilité large. Il n'y a pas de secret : si votre blog n'apparaît pas dans les résultats de recherche sur Google et consorts, vous perdez gros. Alors le passage par la case *optimisation pour les moteurs de recherche* est obligatoire. Actuellement cette case veut dire une seule chose : proposer régulièrement du contenu original qui attire de plus en plus de monde. Eh oui…Google est capable de détecter cela.
* Votre propriété. Les réseaux sociaux sont un autre vecteur de découverte et nous allons y venir. Mais ils ne vous appartiennent pas ! Facebook, Youtube et Pinterest sont pilotés par Facebook, Youtube et Pinterest. Votre blog est contrôlé par vous et c'est une différence importante.

Voilà maintenant le secret absolu, la fondation unique, le moteur qui fait la différence, le carburant miraculeux,… bref : la régularité. Vous devez vous engager à sortir des articles régulièrement.

Il n'est pas nécessaire d'écrire une page tous les jours (certains y arrivent) mais vous devez vous imposer un agenda et vous y tenir sans aucune exception. Dans un premier temps pour gagner en visibilité et faire émerger votre blog (les 6 premiers mois) puis dans un deuxième temps pour conserver l'attention de vos lecteurs.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Cherchez les sujets qui vont aider votre audience car ils marqueront votre expertise. Engagez-vous à trouver un rythme de publication compatible avec votre emploi du temps. Si vous sortez un article conséquent par semaine pendant les 6 prochains mois, cela fait 24 articles au total ce qui est une base solide.  |

### Les réseaux sociaux

On a l'impression qu'il y en a de nouveaux toutes les semaines alors forcément pour être actif il faut y passer du temps et c'est un problème. Malheureusement, difficile de passer à côté car c'est une source évidente de trafic.

Toutes les plateformes ne sont pas créées égales et certaines sont à privilégier en fonction de votre domaine. Votre marché peut apprécier Pinterest et délaisser Twitter, ou bien il peut se focaliser sur Facebook et Google+. Dans d'autres cas, c'est vers Viadeo et LinkedIn, plus professionnels, qu'il faudra vous tourner.

Votre travail consiste à trouver où vos prospects passent l'essentiel de leur temps "réseaux sociaux" puis à y établir une présence. Conversations, messages, partage d'information etc…tout est bon pour vous faire une place, pourvu que votre action reste orienté "capture de prospects".

Ne négligez pas Youtube qui présente l'intérêt, comme vous le savez, de partager de la vidéo. Une webcam suffit pour vous mettre en ligne, mais si vous ne voulez pas apparaître physiquement pensez à tout cela :

* Des captures d'écrans
* Des présentation de type Powerpoint
* Des montages photos
* Des animations
* Des démonstrations

Essayez de trouver un support qui ne vous demande pas trop de temps. Par exement un petit conseil hebdomadaire est vite enregistré avec une webcam. Vous pouvez aussi faire doublon avec votre blog : ce dernier contient le support écrit, tandis que sur Youtube vous en livrez des exemplaires powerpoint. Le contenu est le même mais la présentation est différente ce qui vous fait perdre moins de temps en production.

Si vous lisez l'anglais, consultez [SavvySexySocial.com](http://savvysexysocial.com/) pour obtenir d'excellents conseils marketing sur Youtube.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Identifiez les trois réseaux sociaux les plus fréquentés dans votre domaine, ouvrez des comptes et commencez à contribuer en vous souvenant et en vous inspirant des thèmes de votre blog. |

### Les webinaires

Ils ne sont pas à négliger car ils sont sources d'opportunités intéressantes :

* Vous présenter à une nouvelle audience
* Marquer votre territoire d'expertise en donnant de bons conseils
* Promouvoir des offres et générer des ventes
* Vous rapprocher de vos prospects

Et ce qu'il y a de bien c'est que vous pouvez enregistrer un webinaire (la méthode la plus simple est d'utiliser Powerpoint ou équivalent) et le programmer régulièrement sans que vous ayez rien à faire !

Je suis un utilisateur de LeadPages par exemple et ils utilisent ce concept pour capter de nouveaux clients. Leur principe est simple : vous vous inscrivez sur leur site pour récupérer du contenu gratuit et au bout de quelques jours vous recevez une invitation pour un webinaire exclusif qui vous montre comment LeadPage fonctionne. Il s'agit toujours du même webinaire qui a été pré-enregistré une fois pour toute !

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Inscrivez-vous aux plateformes gratuites de présentation de webinaires et concevez votre premier programme. Pas besoin d'y passer des jours et des jours : inspirez-vous de vos présentations Youtube en les détaillant un peu plus et surtout donnez un but à cette présentation (inciter l'auditeur à s'inscrire à votre mailing-list, vendre un produit/service à tarif préférentiel etc…). |

### Les conférences publiques

Comme pour les webinaires il s'agit de communiquer directement devant un auditoire et l'impact est très porteur.

Il ne s'agit pas de parler devant des milliers de personnes cependant (au moins au début !). Il faut commencer modestement en s'appuyant sur votre réseau local. N'ayez pas peur de vous inscrire dans des associations près de chez vous, qui concernent votre domaine. Faites une recherche sur internet, et consultez les chambre de commerce et d'industrie (CCI) qui sont bien souvent une bonne source d'information.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Cherchez en local, près de chez vous, toutes les occasions de présenter votre activité à un auditoire concerné. Restez à l'affut des :* Evénements locaux
* Associations
* Conférences
* Rencontres professionnelles
 |

### Publiez un livre

C'est un élément absolument indispensable car il est beaucoup plus accessible que ce que vous imaginez peut-être. Pas besoin de rédiger 1000 pages ! Pas besoin d'éditeur ! Il suffit de rédiger sous forme organisée une suite de conseils et d'informations utiles. Partagez votre expérience, votre histoire, donnez des astuces…En fait si vous avez déjà un blog, vous pouvez vous baser sur les articles que vous avez déjà sortis et vous verrez vite les pages s'empiler.

Pour ce qui est de la publication, de l'édition et de la diffusion, nous sommes au 21ième siècle !

Alors il vous suffit de considérer deux sites :lulu.com et la plateforme Kindle d'Amazon.

Bien organisé, le lancement de votre nouveau livre peut vous apporter une notoriété certaine et surtout une nouvelle audience. A plus long terme, c'est un gage d'expertise que vous ne manquerez pas promouvoir dans vos messages emails, dans votre blog et sur les réseaux sociaux.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Trouvez une idée de livre et consacrez 30 minutes chaque jour à l'écriture. Vous croyez que c'est anodin ? Détrompez-vous car se tenir à ces 30 minutes quotidiennes vous assure un livre en deux mois maximum. Ensuite, inscrivez-vous à la plateforme Kindle et Amazon se chargera de promouvoir votre nouveau titre et de gérer les aspects achat-vente-livraison. |

#

# Etablir un système de relation

Maintenant que vous avez l'attention de vos prospects, une partie de la trilogie *Connaître-Apprécier-Faire confiance* est en place. Passons au deuxième point : se faire apprécier via un système de relation. Vous devez garder le contact, et impliquer le prospect.

### Le marketing par email

Certains gourous du web nous disent que le marketing par email c'est terminé.

En réalité il n'a jamais été aussi vivant car la partie de la population qui ne s'est mise à internet que récemment utilise maintenant les emails à tour de bras. Et les autres…continuent de l'utiliser, peut-être différemment, avec un oeil plus critique, faisant attention au spam, mais tout aussi assidument.

Une preuve ? Vous !

Je ne prends pas trop risque en affirmant que vous continuez de regarder vos emails plusieurs fois par jour.

J'ai un secret à vous dire : nous sommes des millions et des millions à le faire !

La clé de la réussite dans le domaine du marketing par email repose sur une automatisation maximale. Il faut rester en contact, montrer au prospect que l'on s'intéresse à lui sans y passer du temps.

Prévoyez à l'avance une série d'emails qui délivre du contenu intéressant à intervalle régulier, qui propose d'aider en aidant vraiment. Ne lésinez pas sur la valeur distribuée, étonnez le prospect. Et de temps en temps, insérez des propositions commerciales.

Cela a toujours fonctionné et aujourd'hui plus que jamais. La différence c'est que les logiciels et la technique rendent tout cela automatique. Prévoyez d'y consacrer une part de votre budget.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Construisez votre stratégie : préparez vos messages à l'avance, préparez le contenu, en particulier celui donné en échange de l'inscription du prospect. Localisez les endroits où vous allez mettre vos formulaires d'inscription : Facebook, blog, site…Ensuite, faites le tour des programmes et logiciels nécessaires. Il vous faudra au minimum un autorépondeur comme Getresponse (en français) ou sg-autorépondeur. Pour aller plus loin, considérez en plus LeadPages et/ou Kajabi, puis InfusionSoft pour un contrôle total de l'automatisation de vos séquence d'emails (InfusionSoft reste réservé aux utilisateurs avancés). |

### Réseautage, rencontres en personne

Cela peut sembler un peu démodé, pourtant l'impact est énorme. Rencontrer les gens et leur parler face à face, cela change vraiment la donne. Vous aurez plus d'opportunités si vous habitez dans une grande ville et plus d'efficacité/rentabilité si vous habitez dans une plus petite commune où il sera plus simple de vous faire connaître. Comme d'habitude il faut s'adapter et tirer profit de la situation.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Trouvez 3 conférences ou réunions publiques auxquelles vous participerez dans l'année. Avec chaque manifestation, faites bien le point sur votre objectif : qui vous voulez rencontrer, dans quel but. |

### Consultations/séances/prestations gratuites

Difficile de s'insérer dans un réseau ? Pas de problème. Vous pouvez vous-même initier un réseau personnel en délivrant des prestations de conseil gratuites. C'est évidemment très courant dans le domaine du coaching, des consultants etc….

Grâce à ce type de consultation vous faites d'une pierre deux coups. Premièrement vous montrez à vos prospects comment vous pouvez les aider concrètement, vous pouvez également détecter des partenariats possibles. Deuxièmement : cette séance vous permet aussi de séparer le grain de l'ivraie. Dans vos prospects il y a des personnes qui ne souhaitent que profiter de vous sans faire le moindre effort et en limitant les investissements. Vous les détecterez facilement !

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Réfléchissez à un moyen de proposer des prestations gratuites personnalisées. Il n'y a pas forcément besoin de rencontrer les gens face à face. Je connais une star du marketing qui utilise une alternative intéressante : il fait remplir à ses prospects un questionnaire très ciblé qui demande des réponses précises. Cela décourage les personnes peu motivées et permet de détecter les intentions douteuses si les réponses apportées sont floues ou trop générales. Ce n'est qu'après avoir étudié les réponses d'un prospect que ce marketeur bien connu décide d'aller plus loin ou non. Vous pouvez aussi, comme autre alternative utiliser Skype ou Google Hangout. |

# Des systèmes de vente

Maintenant que vous connaissez mieux votre prospect et réciproquement, il est temps de passer à la dernière étape : établir une relation commerciale satisfaisante pour toute le monde. Cela passe par la gestion des ventes, le suivi de la clientèle etc…de la manière la plus automatisée possible. Cela vous laisse plus de temps pour développer les 2 premiers points évoqués c'est-à-dire trouver de nouveaux clients.

Voilà ce que votre système de vente doit intégrer absolument :

* Un entonnoir des ventes. Il comprend une entrée avec un produit/service d'entrée de gamme, il continue avec des offres plus complètes ou exclusives et se termine avec ce que vous avez de plus haut-de-gamme à proposer. L'objectif est, pour un client donné, de multiplier les occasions de transactions.
* Un système de paiement. Vous devez vous familiariser avec ces systèmes, généralement fournis par les plateformes de e-commerce les plus connues. Vous pouvez aussi faire appel à votre banque et consulter le site Paypal qui est sûrement le moyen le plus simple pour commencer.
* Un système de gestion clientèle. Une simple page "Questions Fréquentes" et un moyen de vous joindre peuvent suffire.

### Votre entonnoir des ventes

Il existe des formations entières sur ce qu'on appelle les entonnoirs de vente et qui consistent en une suite programmée à l'avance de messages commerciaux et de conseils.

Votre entonnoir commence en fait dès la captation des coordonnées de votre prospect. Dans l'idéal tout ce qui arrive par la suite doit être automatisé.

Vous commencez par offrir un cadeau gratuit à votre prospect en échange de ses coordonnées. Ce sont des offres gratuites proposées sur vos blogs, sites, comptes de réseaux sociaux. Pour le prospect, tout cela est accessible à zéro coût. Enfin pour être honnête il y a quand même un droit d'accès : fournir ses coordonnées (email le plus souvent).

Le cadeau gratuit peut être une checklist, des feuilles de travail, un guide explicatif, une petite vidéo de démonstration etc…

Ensuite apparaissent les premières offres commerciales, c'est-à-dire payantes. C'est à vous de trouver ce qui, à ce niveau, est susceptible de répondre au mieux à la demande du prospect.

Vous enchaînez ensuite avec des produits/services de plus en plus chers et dont la valeur perçue augmente : vous montez en gamme.

Votre dernière offre est comme déjà évoqué, le *top du top* de ce que vous avez à proposer.

Bien entendu, tout cela n'est qu'un modèle pour vous expliquer le principe et vous devez adapter ce système en fonction de l'étendue et de la nature de vos offres.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Préparez votre entonnoir des ventes : commencez par définir vos offres gratuites, payantes, produits/services haut-de-gamme. Ensuite prenez votre logiciel autorépondeur favori (GetResponse ou autre) puis enregistrez la séquence d'emails qui fera la promotion progressive de ces offres. Générez le formulaire d'inscription (toujours avec votre autorépondeur), puis insérez-le dans vos blogs et sites internet. Votre entonnoir est prêt ! |

### Offres spéciales

Quand un client décide d'acheter l'un de vos produits/services, il faut être particulièrement vigilant. Vous avez pu constater dans les pages précédentes combien il peut être long et difficile d'aller chercher un nouveau prospect pour le convaincre d'acheter vos offres. Alors une fois que c'est fait : pas question de rater une opportunité ! Savez-vous quel est le moment le plus opportun pour faire acheter quelque chose de plus à un client ? Au moment précis où il sort son portefeuille, c'est-à-dire au moment précis où il achète déjà quelque chose.

C'est à ce moment que vous êtes en position idéale pour proposer une offre supplémentaire. Il y a trois manières de procéder.

Méthode 1 : la vente additionnelle. Vous proposez au client d'acheter *une plus grande quantité* (sous une forme ou une autre) de ce qu'il est déjà en train d'acheter. Bien sûr l'offre doit être intéressante financièrement.

Méthode 2 : la vente croisée. Vous proposez au client d'acheter un produit/service *complémentaire* à celui qu'il est en train d'acheter. Il s'agit de quelque chose qui lui sera utile et qui viendra faciliter l'utilisation du produit initial (exemple pour une paire de chaussures : du cirage ou de l'imperméabilisant).

Méthode 3 : l'offre temporaire. Vous proposez au client une réduction ou une promotion sur une autre produit, en lui précisant que c'est *maintenant ou jamais*. Il doit comprendre que s'il refuse cette nouvelle offre extraordinaire, il n'aura plus jamais l'occasion de la voir.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Réfléchissez à optimiser au maximum vos opportunités de ventes en mettez en place des offres temporaires, des ventes additionnelles et des ventes croisées.  |

### Plateforme d'achat et de livraison

C'est un point important car la transaction doit inspirer confiance. Si un simple bouton Paypal fera l'affaire techniquement, cela peut être considéré un peu juste par certaines personnes peu habituées à ce service.

En effet, si votre client idéal n'a pas trop l'habitude d'internet il peut ne pas avoir confiance en ce drôle de bouton d'achat. Il faut alors penser à utiliser une plateforme plus conséquente et plus chère.

Je ne suis pas ici pour faire de la publicité pour telle ou telle plateforme alors je vous laisse utiliser votre moteur de recherche favori pour trouver ce qui vous conviendra le mieux. Sachez que la plupart des hébergeurs internet vous proposerons des services tout à faits adaptés.

Pour la livraison de vos produits/services il est bon également de miser sur l'efficacité en faisant appel à des services réputés. Si vous vous focalisez sur le numérique (formations, vidéos, ebooks etc…) sachez que la plupart des plateformes de ventes proposent également un service de livraison automatique et immédiate.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Jetez un oeil sur la manière dont sont gérées vos transactions et vos livraisons. Regardez sur internet si des alternatives plus solides existent.  |

### Le service clientèle

Il n'y a pas de secret : vous devez prendre soin de vos clients car c'est la base de tout commerce.

Cela commence par encourager vos clients à utiliser les produits/services qu'ils vous ont achetés. Des messages par email ou un coup de téléphone suffiront.

N'hésitez pas à transmettre des questionnaires de satisfaction et à fournir des ressources complémentaires (guide explicatif, conseils).

Surtout, répondez aux questions posées. Si le client à des problèmes avec un point particulier, la moindre des choses est de lui répondre.

Vous pouvez regrouper les questions les plus fréquentes et les réponses apportées sur une page internet dédiée. C'est très utile car dans la majorité des cas les gens commencent par regarder sur internet si une solution à leur problème existe.

|  |  |
| --- | --- |
| **à faire** | Créez une page "FAQ" et mettez-là sur votre site internet. Veillez à assurez le contact avec le client.  |

# Un système solide transformera votre activité pour le meilleur.

Mettez en place tout ce que nous venons de voir et il y a de grandes chances pour que vous en constatiez les effets bénéfiques rapidement.

Si votre plateforme de vente est au top et si vous voulez augmenter votre chiffre d'affaire, jetez un œil à votre entonnoir des ventes et à vos offres spéciales. Une optimisation devrait vous permettre d'augmenter le panier moyen par client.

L'important est de gérer tous ces systèmes de manière intégrée et logique. L'automatisation des processus est désormais accessible à tout le monde grâce à des plateformes numériques et à des logiciels dédiés. La plupart du temps, leur coût reste accessible et en tout cas bien moins important qu'une boutique réelle. Alors n'hésitez pas à investir dans les solutions existantes : un site internet ne vous coûtera que quelques dizaines d'euros par an, un autorépondeur et une plateforme d'achat/livraison numérique coûteront quelques dizaines d'euros par mois.

Jetez un œil acéré sur votre activité un focalisant sur chacun des 3 systèmes que nous avons vus. Si vous réseaux sociaux datent un peu, si votre blog fait un peu ville fantôme, si votre entonnoir des ventes brille par son absence, resserez les boulons ! Les résultats ne se feront pas attendre.

* J'ai un blog que j'alimente régulièrement avec des articles
	+ Que mes lecteurs ont envie et/ou besoin de lire
	+ Optimisés pour le référencement
	+ Qui prouvent mon expertise du domaine
* Je n'ai pas plus de 3 comptes de réseaux sociaux
	+ Je les mets à jour régulièrement
	+ Je participe aux conversations
	+ Je ne néglige pas Youtube
	+ Je m'adapte aux réseaux que mes clients utilisent
* Je prépare des présentations pour des webinaires
* Je cherche des opportunités de réseautage :
	+ Localement
	+ Via des conférences ou des réunions dans mon domaine
	+ Via des associations ou groupes de professionnels
	+ Online
* J'ai trouvé une idée de livre ou d'ebook qui intéressera tous mes clients potentiels
	+ Le plan est prêt
	+ Je consacre à la rédaction 30 minutes chaque jour jusqu'à ce que le livre soit terminé
* J'ai une vraie stratégie marketing par email, avec :
	+ Une séquence de messages destinée à motiver mes prospects
	+ Un autorépondeur efficace
	+ Des messages de vente occasionnels
	+ Des messages utiles
* Je proposer des offres gratuites :
	+ Pour détecter mes meilleurs clients potentiels
	+ Pour éliminer les personnes négatives
* Mon entonnoir des ventes est solide, fonctionnel, bien défini avec :
	+ Des offres gratuites via des formulaires d'inscription
	+ Des offres d'entrée de gamme
	+ Des offres standard
	+ Des produits/services haut de gamme
* Je dispose d'offres spéciales pour chaque occasion :
	+ Offres temporaires
	+ Offres additionnelles
	+ Offres croisées
* Ma plateforme d'achat est adaptée, avec :
	+ Une système de transaction sécurisé et sécurisant
	+ Une possibilité de remboursement via des garanties
	+ Un système de livraison fiable
* Ma gestion clientèle est une priorité, avec :
	+ Une page "Questions Fréquentes" facilement accessible
	+ Une bonne information
	+ Une prise en compte systématique des demandes et questions

**Contenus et formations complémentaires :**

Les hébergeurs de site : [1&1](http://www.1and1.fr), [OVH](https://www.ovh.com/fr/).

Les autorépondeurs : [Getresponse](http://www.getresponse.fr/), [sg-autorépondeur](http://sg-autorepondeur.com/index.php).

Quelques plateformes dédiées web-marketing : [LeadPages](https://www.leadpages.net/products/), [Kajabi](https://www.kajabiapp.com/), [InfusionSoft](http://www.infusionsoft.com/).

La meilleure plaforme de blog : [wordpress](https://fr.wordpress.org/).

Une super plateforme française de vente/affiliation/livraison spécialisée dans les contenus numériques et basée sur wordpress: [kleor](http://www.kleor.com/).

Sans oublier : [paypal](https://www.paypal.com/fr/webapps/mpp/merchant).

Pour aller plus loin dans la mise en forme concrète de la stratégie des entonnoirs de vente, je peux vous accompagner personnellement via la formation Marketing Proactif :

>> [Formation Marketing Proactif](http://www.proactif.proactive-list.fr/)

Pour mettre totalement à plat chacun des aspects de votre stratégie de vente et (re)partir du bon pied, je vous suggère également le Markethon :

>> [Le Markethon](http://www.markethon.proactive-list.fr/)

Si vous débutez complètement dans votre projet de vente sur internet, je vous aide personnellement :

>> [Les 5 jalons de la réussite (sessions mensuelles)](http://www.5jalons.proactive-list.fr/jalons.html)

Enfin, si vous voulez ajouter une offre de conseils personnalisés à vos clients sans que cela ne vous prenne tout votre temps, découvrez les secrets de l'accompagnement personnalisé par email :

>> [Devenez coach demain (sessions mensuelles) !](http://www.coach-demain.proactive-list.fr/)