

Les 2 plans “diaboliques” de vos vidéos de vente

ou “comment vendre en vidéo sans donner l’impression de vendre en 7 étapes simples”

Hello, ici Lorenzo “Le Magnificateur” de tes présentations vidéos !

Comme promis dans le cadre de la formation **BONUS** “Captivez votre audience en vidéo”, je vais partager avec toi aujourd’hui, le secret des meilleurs marketers au monde pour t’assurer de vendre tes produits sur internet, avec un le plan hypnotique qui va scotcher tes prospects jusqu’à l’acte d’achat..

Tu vas découvrir ici la structure diabolique qui te permettra de vendre n’importe quel infoproduit sur internet.

Et je te propose d’ailleurs 2 plans au lieu d’1 seul !

Le premier te permettra de vendre tes produits tout de suite après ta page de capture d’email, en proposant un contenant GRATUIT à forte valeur ajoutée et dans la foulée un chemin d’arguments tout tracés qui motivera ton prospect à en savoir plus, et tout naturellement tu pourras lui proposer ta méthode complète.

Voici les 7 étapes :

1. Ton trafic qualifié arrive sur la page de capture, relié à ton auto répondeur ;
2. Motivé par ta promesse qui répond à son besoin, il s’inscrit pour découvrir le contenu gratuit ;
3. Il découvre ton contenu qu’il peut appliquer tout de suite. Il est content! ;
4. Tu gagnes sa confiance par ton expertise ;
5. Mais tu le laisses légèrement frustré ...pour qu’il veuille en savoir plus!
6. Dans la foulée tu lui proposes d’obtenir un résultat encore plus fort en achetant ta méthode ou ton programme. Bingo !
7. Il commande car tu lui apportes exactement le résultat qu’il souhaite...

Simple non?

A présent voici le 2ème schéma et ses 7 étapes.

Il te servira après avoir diffusé une ou plusieurs vidéos de contenus gratuits.

Regarde le parcours de ton prospect :

1. ton trafic qualifié arrive sur la page de capture, relié à ton auto répondeur ;
2. Motivé par ta promesse qui répond à son besoin, il s'inscrit pour découvrir le contenu gratuit que tu lui proposes "Comment vendre sans donner l'impression de vendre dans vos vidéos" ;
3. Il découvre la vidéo BONUS GRATUIT 1 ! il peut appliquer les conseils tout de suite. Effet garanti "Waou!!". Tu gagnes sa confiance par ton expertise, Mais tu le laisses légèrement frustré ...pour qu'il veuille en savoir plus!
4. Dans la foulée tu lui proposes de cliquer sur un bouton sous la vidéo pour découvrir ta méthode qui lui permettra d'atteindre le résultat ultime qu'il recherche depuis des mois ;
...
4 (BIS)S'il ne veut pas cliquer sur le bouton aucun soucis tu lui dis que tu vas lui envoyer prochainement une nouvelle vidéo bonus exclusive et le lendemain REBELOTE tu lui envois une autre vidéo de bonus gratuite et à la fin de cette vidéo un bouton apparaît vers... la vidéo de vente...toujours la même!! Et là "oh bonheur" : IL CLIQUE!" ;
5. Il découvre alors la vidéo de vente avec le plan "Diabolique" qui va le mener sur le chemin de sa réussite...tu lui fais alors une offre irrésistible qu'il ne pourra pas refuser...
6. Il commande en cliquant sur le bouton paiement et...
7. Dernière étape : Il devient fan car ton produit est de qualité! Tu pourras ainsi lui revendre tout ce que tu veux...magnifique non?

Allez voici le plan n°1 : la structure "ALL IN ONE" avec le contenu intégré à ta vidéo de vente :

Tout de suite après la page de capture, le prospect va voir une vidéo de pure contenu à forte valeur ajoutée. Après tes conseils, tu vas lui proposer naturellement d'aller plus loin dans sa démarche, avec une méthode qui lui permettra d'atteindre vraiment le résultat qu'il souhaite in fine...

A ce stade il a confiance en toi, il a vu ton expertise, il sait que ton contenu est de qualité... Si ton offre est solide et irrésistible, il achètera ton produit sans se poser de questions et tu ne l'auras pas forcé comme un vendeur de tapis... Tu lui suggères simplement ce qu'il désire ...

Dans ce cas, le plan “diabolique” n°1 suit 15 points précis (Certains sont optionnels selon tes bases, si tes clients te connaissent tu n’es pas obligé à chaque fois de suivre le plan précisément).

1. **LA PROMESSE LIÉE À LA DOULEUR**, au problème, au désir ou à la passion du prospect...

Imagine tu as une méthode incroyable pour permettre d’être plus impactant dans une vidéo de vente...

Exemple : *“Hello, dans cette courte vidéo je vais vous montrer Comment faire des vidéos de vente qui poussent vos prospects à l’achat, sans donner l’impression de vendre, même si vous pensez ne pas être convaincant ni même impactant”...*

2. **L’EXPERTISE** : Qui est-tu, ta légitimité, ton slogan :

Exemple : *“Bonjour je suis Lorenzo le magnificateur de vos présentations vidéos, j’aide les entrepreneurs du web mal à l’aise face caméra à être authentique et impactant dans leur vidéo de vente”*

3. **LES PROBLÈMES DE VOTRE PROSPECT** :

Ici tu cites les blocages, frustrations liés à la douleur, au problème, au désir ou besoin de ton prospect cible...

Exemple : *“Si vous êtes ici c’est que vous ne dormez plus, vous êtes tout le temps fatigué, stressé, ça vous rend irritable, les enfants vous jettent des tomates etc...”*

ou dans votre cas à vous :

“si vous êtes ici c’est que vous devez ressentir une boule au ventre au moment de tourner vos vidéos, vous avez peur de ne pas être captivant etc...”

4. **L’IDÉAL DE VOTRE PROSPECT**:

Ici tu listes 2 ou 3 idéaux.

Exemple : *“Dans l’idéal vous aimeriez tant pouvoir dormir comme un bébé et vous réveillez en pleine forme”*

Ou comme dans ce cas : *“Vous aimeriez tellement pouvoir parler à vos prospects comme lorsque vous êtes face à eux, car là vous vous sentez à l’aise, etc”.*

5. (Option) **LE BILAN**: FORCE EST DE CONSTATER QUE VOUS AVEZ TOUT ESSAYÉ ET ÇA N’A PAS MARCHÉ

Pour reprendre nos exemples du sommeil ou de la vidéo :

“Vous avez essayé les somnifères, de compter les moutons,...”

ou de la vidéo :

“vous avez lu des ebooks sur la vidéo, vous avez regardé les autres faire, mais rien n’y fait vous êtes toujours bloqué face caméra...”

6. (Option) QUE VA T-IL SE PASSER pour vos prospects s'ils ne règlent pas ce problème :

Par exemple pour la vidéo :

“Si vous ne faites rien, Vous allez laisser vos concurrents moins expert que vous, lancer leur chaîne youtube, leur contenu gratuit et inonder le web avec leur produit, pendant que vous, vous continuerez de trimer toute la journée pour vendre vos formations en présentiel”

7. L'ELEMENT DÉCLENCHEUR “CE DONT VOUS AVEZ BESOIN”. (Très important, il va créer un choc émotionnel chez votre prospect...

Exemple :

“Ce dont vous avez besoin, c'est d'une méthode avec des techniques simples et efficaces qui vont vous aider à être aussi à l'aise devant la caméra que lorsque vous prenez du plaisir à le faire face à un public.... et dans quelques instants vous allez découvrir comment je peux vous aider pas à pas à captiver votre audience en étant vous même et crédible face caméra...”

Tu les soulages simplement sans rien leur vendre... pour le moment !

8. POURQUOI VOUS COMPRENEZ LE PROBLÈME

C'est la connexion au coeur de ton histoire, tu sais pourquoi il souffre car tu es passé par là ou tu as une grande expérience de son problème.

Exemple : “Vous savez je comprends parfaitement votre soucis car j'ai vécu la même chose” ou “Votre expérience vous a amené à aider des personnes qui ont connu le même problème”

Et là on en arrive au CONTENU À FORTE VALEUR AJOUTÉ, ce pour quoi il a laissé son email sur la page de capture !

9. VOUS ÊTES LE HÉROS qui a la solution

A cette étape TU ES LE HÉROS qui a la solution... et tu donnes tes conseils en 5/10 mn maximum.

Exemple :

“1-Voici un truc simple pour dormir en 2 minutes top chrono

2-A présent regardez le secret des présentateurs télé pour bien articuler

3-Voici la stratégie la plus simple pour obtenir des contacts qualifiés...”

Etc; A vous d'imaginer votre contenu !

10. LA MÉTHODE ULTIME POUR Y ARRIVER !

En détail, et attention ici c'est important de créer dans la tête de ton prospect une projection rapide dans un premier temps et ultérieur :

Exemple : “dès le premier module vous serez capable de...(promesse courte)”

“au module 3 vous serez capable de...”

“au bout de 7 jours vous atteindrez X résultats en suivant mes conseils”

A la fin, tu les projetes vers leur idéal et tu répètes la promesse de départ :

“Maintenant voilà je vous propose de passer à un niveau supérieur

si vous avez aimé ces 3 conseils, sachez que j’ai créé une méthode qui vous guide pas à pas et vous enseigne l’art de captiver votre audience en vidéo avec des techniques simples mais plus approfondies...”

11. Récap de 10 à 20 AVANTAGES DE TA MÉTHODE

En quoi peut elle aider ton prospect à soigner son problème ou sa frustration, en quelques points simples et accrocheurs !

12. Option : le “Bug” de la méthode: ce n’est pas magique, il faut pratiquer !

Là tu vas avouer qu’il existe bien un “bug” dans la méthode que tu lui as présenté...

Tu vas lui dire que suivre les modules de formation c’est très bien, mais qu’il faudra surtout qu’il pratique, qu’il soit consciencieux, que sa réussite dépendra aussi de sa motivation.

Ouf le voilà rassuré! Ta méthode marche c’est sûr, maintenant il doit jouer le jeu!

13. PASSAGE À L’ACTION DE L’ OFFRE IRRÉSISTIBLE !

A la fin de ta vidéo, tu vas pousser ton prospect à l’action, à acheter ton expertise pour aller plus loin. Il est maintenant convaincu de ta méthode grâce à des contenus gratuits et il a envie d’aller plus loin.

14. (optionnel) QUESTIONS/RÉPONSES AUX OBJECTIONS + TÉMOIGNAGES SI BESOIN

Ici tu réponds à toutes les questions que l’on a pu te poser dans les commentaires et tu peux placer des témoignages.

A présent, voici le plan n°2 “Plus j’ai donné, plus je vends” : c’est la vidéo classique de vente qui arrive après 1 ou plusieurs vidéos de contenus gratuits.

Le prospect a confiance en ton expertise, il veut maintenant que tu lui montres ta méthode car il a compris que tu pouvais lui apporter le résultat qu’il attend dans ta thématique.

C’est un plan en 13 points avec des options en étagère à adapter en fonction du type de public (froid, chaud ou tiède)

1. LA PROMESSE LIÉE À LA DOULEUR, au problème, au désir ou à la passion du prospect :

Exemple : *“Comment dormir d’un sommeil de plomb et vous réveillez chaque matin en pleine forme...DANS Cette vidéo je vais partager avec vous...+ résultat”*

Ou : *“Comment faire des présentations vidéos qui vendent ? le plan “diabolique que tout le monde rêve d’avoir”*

2. L’EXPERTISE : Qui vous êtes, votre légitimité, votre slogan...

Exemple : *“Bonjour, je suis Lorenzo le magnificateur de vos présentations vidéos, j’aide les entrepreneurs du web mal à l’aise face caméra à être authentique et impactant dans leur vidéo de vente”*

3. LES PROBLÈMES DE VOTRE PROSPECT

Ici tu cites les blocages, frustrations liés à la douleur, au problème, au désir ou besoin de votre prospect cible...

Exemple : *“Si vous êtes ici c’est que vous ne dormez plus, vous êtes tout le temps fatigué, stressé, ça vous rend irritable, les enfants vous jettent des tomates etc...”*

4. L’IDÉAL DE VOTRE PROSPECT :

Ici, listes 2-3 idéaux.

Exemple : *“Dans l’idéal vous aimeriez tant pouvoir dormir comme un bébé et vous réveillez en pleine forme”*

Ou *“Vous aimeriez tellement pouvoir parler à vos prospects comme lorsque vous êtes face à eux, car là vous vous sentez à l’aise, etc”.*

5.(Option) LE BILAN: FORCE EST DE CONSTATER QUE VOUS AVEZ TOUT ESSAYÉ ET ÇA N’A PAS MARCHÉ

Pour reprendre nos exemples du sommeil :

“Vous avez essayé les somnifères, de compter les moutons”

ou, l'exemple sur la vidéo : *“vous avez lu des ebooks sur la vidéo, vous avez regardé les autres faire, mais rien n’y fait... vous êtes toujours bloqué face caméra”.*

6.(Option) QUE VA T-IL SE PASSER pour vos prospects s’ils ne règlent pas ce problème :

Par exemple pour la vidéo : *“Si vous ne faites rien, vous allez laisser vos concurrents moins expert que vous, lancer leur chaîne youtube, leur contenu gratuit et inonder le web avec leur produit, pendant que vous, vous continuerez de trimer toute la journée pour vendre vos formations en présentiel”*

7. L'ÉLÉMENT DÉCLENCHEUR “CE DONT VOUS AVEZ BESOIN”.

Très important, il va créer un choc émotionnel chez votre prospect...

Exemple : *“Ce dont vous avez besoin, c’est d’une méthode avec des techniques simples et efficaces qui vont vous aider à être aussi à l’aise devant la caméra que lorsque vous prenez du plaisir à le faire face à un public.... et dans quelques instants vous allez découvrir comment je peux vous aider pas à pas à captiver votre audience en étant vous même et crédible face caméra”.*

Tu les soulages simplement sans rien leur vendre... pour le moment !

8.POURQUOI VOUS COMPRENEZ LE PROBLÈME

Ici c’est la connexion au coeur de ton histoire, tu sais pourquoi il souffre car tu es passé par là ou tu as une grande expérience de son problème.

Exemple : *“Vous savez je comprends parfaitement votre soucis car j’ai vécu la même chose”*
ou : *“votre expérience vous a amené à aider des personnes qui ont connu le même problème”*

Et là on en arrive à la solution que tu as trouvé ou que tu as expérimentés pour aider les autres à s’en sortir !

9. Tu es LE HÉROS qui a la solution

A cette étape tu es LE HÉROS qui a la solution et tu racontes comment toi tu as trouvé la solution pour vaincre le démon, et comment Yoda t’a enseigné l’art de devenir un jedi qui sait utiliser la force, ou comment en apprenant des techniques de jedi dans ton domaine tu as permis à des milliers de clients ou apprenant de trouver la solution...

Et tu passes à l’étape 10 !

10. LA MÉTHODE POUR Y ARRIVER

En Détail !... et attention ici c'est important de créer dans la tête de ton prospect une projection rapide dans un premier temps et une projection ultime c'est à dire ce qu'il désire le plus, Exemple : *"dès le premier module vous serez capable de(promesse courte)"*

"au module 3 vous serez capable de"

"au bout de 7 jours vous atteindrez x résultats..."

Bref, tu les projetes vers leur idéal...tu répètes la promesse de départ.

11.(option) Récapitulatif des bénéfices et AVANTAGES DE TA MÉTHODE:

Exemple :

"vous avez compris qu'avec mon programme vous allez gagner bcp de temps car les vidéos sont interactives, je vous accompagne pas à pas" etc.

Tu mets en avant tous les "+" de ta méthode !

12. Option : le "Bug" de la méthode: ce n'est pas magique, il faut pratiquer !

Là tu vas avouer qu'il existe bien un "bug" dans la méthode que tu lui as présenté...

Tu vas lui dire que suivre les modules de formation c'est très bien, mais qu'il faudra surtout qu'il pratique, qu'il soit consciencieux, que sa réussite dépendra aussi de sa motivation.

Ouf le voilà rassuré! Ta méthode marche c'est sûr, maintenant il doit jouer le jeu!

13.PASSAGE À L'ACTION de l' OFFRE IRRÉSISTIBLE

C'est là que tu annonces ton offre irrésistible à tes prospects !

(c'est-à-dire le tarif de ton produit multiplié par au moins 6x la valeur des bonus...)

En gros si tu vends un produit 100 euros, la perception que ton prospect doit avoir, c'est d'acheter un produit qui vaut entre 600 et 1000 euros pour qu'il puisse se dire "waou c'est vraiment une affaire, je saute sur l'occasion!"

N'oublie pas la notion d'urgence pour que tes prospects passent à l'action rapidement

Exemple: *"profitez de ce tarif et de ces bonus tant qu'il est temps car je ne sais pas combien de temps je pourrais maintenir ce prix", "Dans 48 h, il sera trop tard", "Je n'ouvre ma formation qu'à seulement 100 personnes car au delà je ne pourrais pas assurer un bon suivi"* etc.

(en option) vous pouvez terminer par une série de...

14.(en option) QUESTIONS/RÉPONSES AUX OBJECTIONS + TÉMOIGNAGES

Dans ce cas, tu peux replacer un appel à l'action après 2 ou 3 réponses ou témoignages.

