

10 ASTUCES ESSENTIELLES SUR LES AUTOREPONDEURS

Comment développer une stratégie gagnante avec les autorépondeurs!

ASTUCE 1: PRESENTEZ-VOUS ET PLACEZ LE DECOR

Quand quelqu'un s'abonne à votre répondeur, ils s'attendent à recevoir de l'information. Assurez-vous donc d'avoir mis en place un message à diffusion immédiate.

Ce message a trois objectifs:

- 1- Vous présenter à vos nouveaux abonnés.
Cela permet à vos abonnés d'avoir le sentiment de traiter avec une personne réelle, et non simplement un site web inhumain.
Cette approche augmente nettement votre crédibilité.
- 2- Placer le décor pour le reste de la séquence. Expliquez à vos abonnés ce qu'ils vont recevoir précisément
Dites-leurs combien de messages vont être envoyés et à quelle fréquence.
Cela réduit l'élément de surprise et minimise le nombre de désabonnements.
- 3- Motiver les abonnés à recevoir tous les messages.
Offrez une remise, l'expédition gratuite ou autre cadeau à tout abonné qui reste jusqu'à la fin de la séquence.
Cela réduira de façon dramatique les désinscriptions et augmentera d'autant vos ventes.

ASTUCE 2: LES 5 SECRETS D'UNE SEQUENCE GAGNANTE

Vous avez donc envoyé un message d'introduction à votre prospect. Il sait donc qui vous êtes. Il sait aussi ce qu'il va recevoir dans les jours qui suivent et il attend avec impatience le dernier message pour pouvoir profiter du cadeau. Il va rester abonné, tant que vous fournirez de l'information de qualité. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle il s'est abonné: recevoir de l'information de votre part. Tout ce que vous avez à faire est de répondre à cette demande.

Il y a cinq techniques simples et pourtant très efficaces pour construire une séquence qui transformera vos prospects en clients:

- 1- Construisez la confiance et la crédibilité
Plus l'information que vous présentez est utile et pertinente, et plus les lecteurs auront confiance en vous, votre structure et vos produits.

En offrant une information de qualité, vous prouvez à votre prospect que vous savez de quoi vous parlez. C'est très important si vous vendez des produits d'information comme des ebooks, du conseil ou des services.

2- Créez une raison émotionnelle d'achat

A chaque message que vous envoyez, vous devez parler d'un besoin ou d'une envie que vous allez satisfaire. De l'argent pour partir en vacances ? Du temps libre pour la famille ? Moins de stress ? Les gens achètent tout d'abord parce qu'ils VEULENT quelque chose, et seulement après, parce qu'ils en ont besoin.

Essayez d'instiller le confort que vos prospects vont gagner en utilisant votre produit. Va-t-il augmenter leurs connaissances ? Va-t-il les aider à résoudre une tâche difficile ? Va-t-il les aider à réaliser par eux-même quelque chose qu'ils sous-traitent à l'heure actuelle ? Réfléchissez à la meilleure façon de présenter votre produit pour répondre à ces envies.

3- Renforcez votre offre

Renforcez en permanence la valeur perçue de vos cadeaux, jusqu'à ce que le prospect commence à chercher des raisons pour ne pas acheter. Vous pouvez réussir cela en proposant plus de cadeaux, une remise plus importante ou tout simplement en répétant l'offre initiale tout en insistant sur le fait qu'elle est limitée dans le temps.

4- Proposez une justification logique

Les gens achètent pour des raisons émotionnelles, mais ils ont besoin que cette décision soit renforcée par des raisons logiques. Votre séquence doit donc inclure les raisons logiques pour lesquelles votre prospect doit acheter. Ces raisons doivent être justifiées avec des faits et des chiffres et laisser de côté l'aspect émotionnel.

Votre prospect va-t-il économiser de l'argent grâce à votre produit ? Va-t-il être moins stressé ? Va-t-il perdre du poids ? Appliquez ces idées à votre propre produit.

5- Limitez les regrets d'après achat

Combien de fois avez-vous fait un achat pour le regretter presque immédiatement ? Vous pouvez limiter cette situation (et les remboursements) après l'achat en rassurant votre client et lui répétant que son achat était le bon. Il vous suffit de redire une fois de plus que votre produit augmentera les ventes de votre prospect, lui fera économiser de l'argent, fera exploser son trafic, lui fera perdre du poids, etc. Ils l'ont déjà acheté, ils ont juste besoin qu'on leur rappelle ce qu'il fera pour eux.

ASTUCE 3: CONTENU, CONTENU, CONTENU

commentaire...

Comme tout être humain, vous aimez que l'on s'intéresse à vous et vous refusez d'être considéré comme n'importe qui d'autre. Vos prospects ont les mêmes attentes.

Les meilleurs systèmes d'autorépondeurs permettent d'ajouter le nom de l'abonné au message. Il est très facile d'obtenir cette information lors de l'abonnement: ajoutez simplement une ligne sur le formulaire de saisie de l'adresse email.

Le nom est alors stocké dans une base de données et peut être ajouté à vos messages. C'est encore mieux si le nom du prospect peut apparaître dans le sujet du message. Je sais que personnellement, j'ouvrirais un email de ce type en premier !

il est nettement plus plaisant de recevoir un message qui vous est personnellement adressé. Et le plus beau son aux oreilles de votre prospect est celui de son nom, donc prononcez-le si vous le pouvez !

Selon la façon dont vos prospects se sont inscrits à votre autorépondeur, il est possible que vous n'ayez pas leur nom. Assurez-vous que votre système permette de saluer ces personnes d'une façon correcte (Cher Ami, Cher Client).

ASTUCE 5: NE SOYEZ PAS EFFACE !

Ah le grand débat. Devez-vous envoyer vos messages en HTML ou au format texte ? En ces jours de technologie avancée il est très facile de considérer que tout le monde peut lire les emails en HTML.

Ne faites pas cette erreur.

Pour le cas très improbable où vous ne le sauriez pas, un email en HTML est un message qui contient les mêmes effets que ceux que l'on voit sur les pages web: polices, couleurs, bandeaux, liens, lignes, ... Si vous avez choisi la version HTML de cette formation, vous savez de quoi nous parlons !

Mais souvenez-vous que tout le monde n'a pas un logiciel qui lit les emails en HTML. Il existe de nombreuses personnes qui lisent encore leurs emails sur un terminal en mode texte. Pour ces gens-là, un email en HTML ne ressemble qu'à une suite incompréhensible de caractères bizarres.

Si vous envoyez un email à quelqu'un et que cette personne ne peut pas le lire parce qu'il est incompréhensible, vous pouvez être certain que cette personne va l'effacer.

Donc la question est: envoyez-vous des messages au format texte que tout le monde peut lire mais qui n'ont pas de formatage ou de très jolis messages en HTML, que seulement quelques abonnés peuvent lire ?

La réponse est simple: proposez les deux. Les meilleurs systèmes d'autorépondeurs permettent de stocker à la fois une version HTML et une version textuelle de chaque message. Vous laissez alors le choix à vos prospects quand ils s'abonnent. Il s'agit généralement de cliquer l'option correspondante lors de l'inscription.

Cela semble impliquer de faire deux fois plus de travail mais ce n'est pas exactement le cas. Il est vrai que cela nécessite plus de travail de mise en place. Cependant le message est le même pour les deux versions, donc la grande partie du travail (écrire le message) n'a à être fait qu'une seule fois.

L'approche que nous préconisons est la suivante: Ecrivez tout d'abord le message au format texte en faisant un retour à la ligne (sous forme de retour chariot) tous les 65 caractères.

La raison pour laquelle vous voulez mettre un retour chariot à la fin de chaque ligne de 65 caractères est pour éviter que le message ne soit formaté par le lecteur. Cela donnerait un message avec des retours à la ligne aux mauvais endroits, car vous ne les contrôlez pas.

Quand la version texte est terminée, il vous suffit d'importer ce fichier dans votre éditeur HTML préféré (FrontPage, Dreamweaver, ...) et d'ajouter tous les éléments graphiques et couleurs nécessaires.

Ensuite, il suffit de copier et coller ces deux versions dans l'interface de gestion de vos autorépondeurs en quelques secondes.

Pour résumer, si vous faites à la fois une version texte et une version HTML de vos messages, vous avez l'assurance que vos prospects recevront vos messages dans les meilleures conditions possibles.

ASTUCE 6: OU EST LA PORTE ?

Cette astuce est rapide et simple: permettez à vos abonnés de se désinscrire.

Plus spécifiquement, proposez un lien "désabonnement" dans tous vos messages.

Soyons réaliste. Si cette personne ne veut plus recevoir de messages de votre part, il ne s'agit pas d'un prospect très chaud. Il n'y a donc aucune raison de la retenir.

Laissez donc vos abonnés se désinscrire. Expliquez la procédure dans chaque message. Si vous ne le faites pas, ils ne seront pas contents, vous accuseront de spam et ne deviendront dans tous les cas, jamais vos clients.

Cependant, il reste une ultime chose à faire avant de les laisser disparaître à tout jamais: demandez-leur de compléter un court questionnaire afin de connaître leurs motivations. Limitez-vous à une question ou deux qui peuvent être répondues en quelques mots et vous aurez une réponse.

ASTUCE 7: D'OU VIENNENT-ILS ?

Les meilleurs systèmes d'autorépondeurs vous permettent de tracker la provenance de vos abonnés. Ont-ils:

- rempli un formulaire sur votre site ?
- envoyé un email d'abonnement ?
- répondu à une publicité dans une newsletter ?
- été recommandé par un ami ou collègue ?
- rempli un formulaire chez un partenaire ?

L'astuce d'aujourd'hui est donc très simple. Trackez vos abonnés. Analysez leur provenance.

En faisant ainsi vous serez en mesure d'optimiser vos retours. Si vous dépensez en publicité, vous pourrez savoir où dépenser plus et où dépenser moins.

Vous saurez aussi ce qu'il faut changer à votre site, à vos pages, à vos textes pour augmenter les abonnements.

La traçabilité (le tracking) est une des règles d'or du marketing sur le web. Cette règle s'applique autant à vos autorépondeurs qu'aux autres méthodes de promotion de vos activités.

ASTUCE 8: PROPAGEZ LE VIRUS...

Le marketing viral est le processus de promotion de votre produit ou site web de façon à ce que d'autres personnes en fassent la promotion, sans aucun effort de votre part.

Un bon exemple est un ebook gratuit offert avec les droits de distribution. Imaginons que vous créez un ebook rempli d'informations utiles sur votre sujet de prédilection. De l'information de haute qualité, à jour, que vos prospects VEULENT recevoir. Et vous leur donnez cette information gratuitement et en plus vous leur permettez de la rediffuser !

Avant même de vous en rendre compte, votre ouvrage est transmis de personne en personne. Cela fonctionne parce que votre livre contient de l'information intéressante. Et puisqu'il est transmis de personne à personne, sans que vous fassiez quoi que ce soit, votre ebook se répand comme un virus.

Comment utiliser un autorépondeur dans votre stratégie de marketing viral ?

Cette formation en est un bon exemple. Au début de chaque message, je vous invite à faire suivre cet email à vos amis ou collègues. Certains d'entre vous le feront, d'autres ne le feront pas. Certains de ces amis et collègues s'inscriront à leur tour chez nous, et feront probablement suivre leurs emails, etc.

Et quel est le résultat ? Comme vous l'avez probablement remarqué, chaque message de cette série comprend plusieurs liens vers notre site. A chaque fois que le message est transmis, nous récupérons du trafic et donc des ventes.

Nous combinons deux des techniques les plus puissantes du marketing en ligne: 1- le marketing viral et 2- le suivi de prospects qualifiés.

La conclusion est que vous avez besoin de créer quelque chose qui est gratuit et de le transmettre autour de vous. Si ce que vous avez créé est de qualité et utile à vos prospects, ils passeront le mot. Si vous liez cette création avec une séquence d'autorépondeurs, vous avez un outil marketing à double détente, quasiment irresistible.

ASTUCE 9: LA CHECKLIST

Si vous avez suivi cette formation de près, et implémenté les suggestions, vous devriez être bien placé pour créer une stratégie d'autorépondeurs qui marche.

Pour vous aider, j'ai créé une checklist. Elle résume tous les points des astuces, en une liste simple à utiliser.

- Astuce 1: Présentez-vous et placez le décor
Présentez-vous comme une personne réelle.
Dites à vous abonnés ce qu'ils vont recevoir.
Offrez un cadeau ou une remise à ceux qui lisent tout.

- Astuce 2: Les 5 secrets d'une séquence gagnante
Bâtissez la confiance et la crédibilité.
Créez une raison émotionnelle d'achat.
Parlez sans cesse de votre cadeau.
Présentez une justification logique à l'achat.
Évitez le regret après achat.

- Astuce 3: Contenu, Contenu, Contenu
Chaque message doit proposer du contenu de qualité.
Mettez vos idées par écrit.
Écrivez dans un style simple, informel.
Restez simple.
Voudriez-VOUS recevoir le message suivant ?

- Astuce 4: Vous n'êtes pas un numéro...
Personnalisez vos messages.

- Astuce 5: Ne soyez pas effacé !
Proposez une version texte et une version HTML.
Formatez la version texte à 65 caractères de largeur.

- Astuce 6: Où est la porte ?
Laissez vos abonnés se désinscrire.
Incluez un lien de désabonnement dans chaque numéro.

- Astuce 7: D'où viennent-ils ?
Trackez la provenance de vos prospects.
Analysez les résultats.
Recherchez la meilleure rentabilité.
Optimisez vos messages et contenus.

- Astuce 8: Propagez le virus...
Offrez un produit de qualité, gratuitement.
Permettez de diffuser ce produit.

Combinez cette action avec un autorépondeur.
Créez un effet à double-détente.

ASTUCE 10: CROYEZ NOUS QUAND NOUS DISONS QUE...

...créer une stratégie de répondeurs automatiques qui fonctionne n'est pas très difficile. Bien sûr, cela prend quelques jours mais cet effort sera récompensé.

Par exemple, il nous fallu environ 3 jours pour créer cette séquence mais les avantages pour nos offres ont été énormes:

- plus de retours
- plus de ventes
- de nouveaux prospects grâce au marketing viral
- un meilleur branding
- une meilleure réputation

J'espère vraiment que vous avez apprécié recevoir ces conseils.
Merci.