

Le Processus de Vente de NPBP

**Apprenez à vendre de façon démentielle tous
vos produits et services en ligne**

Par Netprofit Blueprint INC



**Nous vous recommandons d'imprimer ce document pour en
apprécier la lecture et mieux en assimiler la matière.**

Droit d'auteur

Il est totalement interdit de modifier, copier, traduire, publier ou revendre ce cours sans le consentement de l'auteur. Ce cours appartient uniquement à l'acheteur. La distribution ou duplication de ce dernier est une violation du droit international des auteurs.

La version démo que vous détenez présentement peut être 'brandée' et offerte gratuitement aux abonnés à votre lettre de diffusion, site web ou sous toute autre forme de promotion. Ceci vous donnera l'opportunité de gagner plusieurs commissions de **70 \$**. Vous trouverez tous les détails à ce sujet ultérieurement.

Merci de lire attentivement avant de commencer toute activité

Le cours *Le Processus de Vente de NPBP* n'a d'autre ambition que de vous apprendre les stratégies de marketing que son auteur a personnellement expérimentées. L'espérance de gains est variable en fonction de chaque individu. L'auteur s'est engagé à vous dévoiler les techniques, mais ne peut en aucun cas être tenu responsable de ce qu'en fera chacun.

Les résultats antérieurs obtenus par ces stratégies ne sont pas garants des résultats ultérieurs. Tout dépend de votre capacité à assimiler et à mettre en pratique les informations de ce cours. En l'occurrence, vos résultats seront directement liés à votre motivation ainsi qu'à votre expérience, débrouillardise, persévérance, sans oublier un ardent désir d'aller toujours plus loin. Ils devront être vos plus fidèles compagnons tout au long de cet apprentissage.

Netprofit Blueprint exclut les considérations juridiques qui ne sont pas de son ressort, il est donc de votre responsabilité de consulter les autorités de votre pays. Chaque pays possède sa propre législation, je vous recommande donc de consulter un avocat, comptable ou toute autre personne compétente.



À qui s'adresse ce cours ?

Le processus de vente est destiné à toute personne exploitant une activité en ligne à la recherche d'un outil qui lui permettra d'accroître considérablement les revenus provenant de ses activités.

Ce cours s'avère être un guide vous permettant de vous bâtir un système automatisé qui **travaillera 24 heures par jour à pré-qualifier vos clients cibles et à les convertir en acheteurs potentiels.** Quelle que soit la nature de votre activité en ligne, tout revient au fondement de base du commerce électronique, qui se résume à effectuer un maximum de transactions dans une période de temps déterminée.

Hormis cela, que vous soyez propriétaire d'un site web, affilié à plusieurs programmes, dans le marketing de réseau ou responsable du marketing en ligne pour une compagnie d'envergure ne fait aucune différence. Votre succès réside dans votre capacité de vendre vos produits, services ou vos idées.

En l'occurrence, *Le Processus de Vente de NPBP* est un cours pratique, tiré de nos exploits marketing **et de l'ensemble des difficultés éprouvées par des internautes que nous avons eu l'opportunité de côtoyer via nos séances de formation offertes gratuitement chaque semaine.** Ce qui nous a permis de récolter un maximum d'informations, afin de résoudre les obstacles les plus fréquemment rencontrés en ce qui concerne la vente en ligne.

Outre cela, la plupart des ouvrages disponibles sur le marché n'expliquent pas clairement la marche à suivre afin d'arriver à effectuer un nombre élevé de transactions. La plupart des gourous ou experts en e-marketing centralisent leurs énergies sur une étape du processus de vente. Il y a des experts en 'copyright' du terme anglophone, qui sont des professionnels qui se spécialisent à produire des lettres et en-têtes publicitaires qui ont du mordant. D'autres maîtrisent l'art de générer des clients cibles sur leur page web. Quel que soit l'ouvrage que vous achetez pour accroître vos connaissances, je vous recommande de les acquérir tous, car plus vous en connaîtrez, mieux votre portefeuille se portera.

Par conséquent, la plupart des ouvrages disponibles en ligne représentent seulement une des nombreuses étapes du processus de vente que vous devrez appliquer pour faire bondir votre carnet de commandes. La majorité des cours en ligne sont d'excellents guides. *Le processus de Vente de NPBP* vous permettra non seulement de perfectionner vos connaissances, mais vous permettra de découvrir toutes les étapes à suivre afin d'exploiter une entreprise virtuelle à succès.

Voici comment Netprofit Blueprint a pu venir en aide à de petits entrepreneurs et des responsables du marketing en ligne de certaines compagnies



En tant que Webmaster et gestionnaire e-marketing du site de recherches de www.gotcha.qc.ca, j'ai été impressionné par l'utilisation ingénieuse de certains outils d'Internet pour augmenter le volume d'achalandage.

Ce cours vous enseigne comment utiliser des outils du marketing en ligne qui vous aideront à commercialiser vos produits et services.

De plus, le cours vous explique comment collecter de l'information profitable et comment distribuer cette information directement à vos membres ou clients pour assurer leur fidélité à vos produits et services. Je croyais posséder beaucoup de méthodes sur le e-marketing, mais je me rends compte qu'il faut toujours être l'affût des nouvelles techniques.

Avec ce cours, mon expertise en e-marketing pour la commercialisation en ligne est beaucoup plus complète. Souvenez-vous que cet e-book est facile à assimiler. Vous n'avez qu'à suivre les étapes une par une. Lorsque vous aurez ce cours prenez le temps de le lire et de suivre les conseils et les méthodes étape par étape. Vous serez surpris de son efficacité.

Igor Salomon , B.B.A.
Webmaster and E-Marketing Strategies
www.Gotcha.qc.ca
Québec, Canada



Bonjour ,

Tout d'abord, je tiens à vous remercier car vous m'avez redonné espoir quant à ma future indépendance financière. Les lecture et relecture des 2 premières parties de votre rapport me stimulent et me motivent énormément. J'ai fait également une première lecture du cours" ce week-end. J'ai repris aujourd'hui sa lecture pour commencer la mise en application après avoir établi mon planning de travail pour la semaine et mon papier de motivation que j'aurai sous les yeux à chaque fois que je serais près de mon micro pour travailler.

Tout est très clair et précis et, est à mon avis, très intelligemment établi. Le travail étape par étape me motive et je commence à comprendre votre réussite et votre assurance quant à la réussite des personnes que vous formez.

M.BERRY
France



Netprofit Blueprint m'a permis d'utiliser Internet pour compléter les techniques classiques de marketing et catapulter la commercialisation des produits de téléphonie d'affaires de CDS (www.cdsc.com.net).

En suivant la démarche proposée dans ce cours, j'ai pu significativement **augmenter le recrutement de nouveaux clients et accroître notre taux de fidélisation tout en limitant notre investissement**. En tant que professionnel en marketing traditionnel, j'ai été impressionné par les stratégies et outils novateurs présentés par M. Edward et par sa maîtrise de ce domaine encore peu utilisé et connu de tous.

J'ai tellement été satisfait des résultats que j'ai immédiatement utilisé la même procédure pour développer le marché de Netrients.com, une autre petite entreprise qui offre des produits d'entraînements et conseils de mise en condition physique.

Enfin, je recommande non seulement les services de Netprofit Blueprint à toute personne désireuse de rapidement générer d'importants revenus, mais également à tout professionnel de la mise en marché souhaitant élever son développement d'affaires à un autre niveau.

Pierre Vinet, B.Sc., M.Sc.
Directeur, Développement d'affaires
CDS Communications
Montréal, Canada



Pourquoi NetProfit Blueprint ?

C'est très simple. J'étais à recherche d'un job sur Internet. Je voulais travailler depuis mon domicile...

C'est chose faite grâce à NetProfit ... Aujourd'hui j'ai pu réaliser mon rêve. **En plus, le concepteur nous aide chaque fois que l'on a besoin de lui. Il est toujours présent sur skype.com, je n'ai pas besoin de lui téléphoner.** Ah oui! j'ai oublié de vous dire que j'habite au pays du chocolat... A Onex/GE Suisse. Je suis là pour gagner de l'argent et non pour en dépenser par téléphone. Son cours est simple, claire et net. Tout le monde peut comprendre... Et je suis contente de faire partie de cette grande famille des gagnants.

Genevieve Prelat
Suisse

Votre opinion à une valeur inestimable pour nous, nous souhaitons connaître vos commentaires sur nos produits et services. Merci de nous les acheminer à l'adresse suivant support@netprofitblueprint.com

Aujourd'hui, vous avez pris une bonne décision !

Celle d'entamer une action qui vous donnera l'opportunité d'accroître vos connaissances, afin d'augmenter vos revenus provenant de vos activités en ligne.

Que vous soyez sans expérience, propriétaire d'un site web, membre d'un programme d'affiliés ou dans le marketing de réseau m'importe peu !

Ce qui m'importe aujourd'hui, c'est de vous apprendre le processus de vente qui vous permettra de:

- **Rentabiliser vos sites web ou blog**
- **Accroître votre nombre de ventes**
- **Doubler votre nombre de filleuls**
- **Affluer le nombre d'abonnés à votre lettre de diffusion.**
- **Augmenter votre marge de profit lorsque vous lancez vos campagnes publicitaires**

La façon la plus simple d'atteindre votre but est d'apprendre le processus de vente en ligne. Dans cet ouvrage, je vous l'enseigne en 4 étapes. Vous y découvrirez plusieurs stratégies qui s'appliquent au marketing en ligne sur différentes variables. Elles se résument toutes en quatre points fondamentaux que nous aborderons un peu plus loin.

Je tiens toutefois à vous prévenir, sachez que la façon la plus rapide de s'enrichir en ligne est d'investir dans votre éducation et d'avoir un mentor pour vous guider. En l'occurrence, de nombreux internautes croient à tort qu'en navigant en ligne et en lisant des ouvrages offerts gratuitement, ils finiront par faire fortune.

Mon affirmation ne met pas en doute quelques cas d'exceptions. Voici un autre mythe, s'enrichir en ligne sans investir un sou. Vous pouvez gagner de l'argent en ligne, 100 \$, 300 \$, 500 \$, sans aucun investissement, mais n'allez pas croire que vous ne devrez pas réinvestir ces sommes, afin de les multiplier dans le seul but de les réinvestir à nouveau.

Il est indispensable, pour avoir une activité lucrative en ligne d'investir :

- 1. Campagne publicitaires**
- 2. Avoir un mentor pour vous guider**
- 3. Avoir un système de formation continue**
- 4. Expérimenter**

Il est évident que ces quatre points requièrent la disponibilité de fonds monétaires.

Outre cela, avoir du succès en ligne se résume à effectuer un certains nombres de transactions et en tirer profit. Au risque de vous déplaire ou d'utiliser un terme qui fait reculer bien des personnes, quel que soit votre champ d'activité, tout revient à l'art de *savoir vendre*.

En occurrence, pour faciliter votre apprentissage, le cours est divisé en 4 parties. J'ai basé la plupart des exemples du cours avec le programme d'affiliation de Netprofit Blueprint.

Pourquoi ? Pour deux raisons :

Primo, ce cours a été conçu pour apprendre le processus de vente aux internautes débutants ainsi qu'aux chevronnés. Toutefois, si vous n'avez aucun produit ou service à promouvoir, **vous pouvez simplement devenir un affilié Netprofit Blueprint**. Par conséquent, vous pourrez vous servir de votre lien d'affiliation pour apprendre les techniques élaborées de ce cours.

Secundo, c'est la notion de base de tout vendeur chevronné. Pour devenir un top vendeur en ligne ou hors ligne, **vous devez connaître votre produit ou service sur le bout des doigts**.

Question :

Connaissez-vous tous les principes fondamentaux du produit ou service dont vous souhaitez faire la promotion?

Si la réponse à cette question est non, apprenez-les avant de commencer la lecture de ce cours, cela vous fera gagner temps et argent.

Visitez : <http://www.netprofitblueprint.com/presentation.html?aff=coolpote>

Nota : Quel que soit le produit ou service que vous souhaitez promouvoir en ligne, le processus de vente reste le même. Il se divise en **4 étapes**, que je vous invite à écrire afin d'avoir l'opportunité de les mémoriser.

- ✓ Vous devez mettre sur pied un montage vous permettant de générer des clients cibles
- ✓ Votre montage doit vous permettre de créer la relation entre vous et vos prospects
- ✓ Ce système doit pré-qualifier vos prospects à l'achat de vos produits et services
- ✓ Votre montage doit récupérer vos prospects sceptiques, afin de les relancer

Vous savez très bien que le taux de conversion d'un site web se situe aux environs de 1 % et parfois même en-dessous. Voilà pourquoi il est si important de créer **une bonne relation avec vos clients cibles et de les relancer de temps en temps**. Si vous suivez les quatre étapes du processus de vente point par point, le chiffre d'affaires de votre entreprise progressera de façon continue.

Avant de débiter, nous allons procéder à un survol de ce qui se cache dans le cours *Le Processus de Vente*. Je tiens à vous rappeler une chose très importante, chaque étape du processus de vente pourrait justifier à elle seule la rédaction d'un livre et même faire appel à des séminaires sur DVD et disques compacts.

Dans cet ouvrage, vous trouverez assez d'informations pour entamer avec succès toutes les actions du processus. **C'est votre responsabilité d'approfondir chacun de ces points**. Mon rôle aujourd'hui se limite à vous apprendre le processus de vente et vous donner tous les éléments pour commencer à l'appliquer.



<http://www.netprofitblueprint.com/presentation.html?aff=coolpote>

Voici les étapes du processus de vente de NPBP, que vous apprendrez à appliquer.

La première étape du processus de vente, consiste à apprendre à générer des clients cibles 24 heures par jour sans que vous ayez à lever le petit doigt.

Le premier cours du *Processus de Vente* est basé sur les stratégies conventionnelles en ligne, car il est important pour vous **d'acquérir une solide formation de base**. Vous trouverez dans la première partie du cours les meilleures stratégies pour générer des clients cibles. Ces clients, que vous devrez convertir en acheteurs potentiels, sont en réalité vos clients cibles.

La deuxième étape du processus de vente consiste à mettre en place un système qui créera la relation entre vous et vos clients cibles, 24 heures par jour.

Le deuxième cours du *Processus de Vente* vous apprendra comment créer la relation entre vous et vos clients cibles, afin de les prédisposer à acheter vos produits.

La troisième étape du processus de vente consiste à élaborer plusieurs stratégies qui doivent non seulement pré-qualifier vos clients cibles à l'achat de vos produits ou services, mais aussi conclure les ventes pour vous.

Dans le troisième cours du *Processus de Vente*, vous apprendrez des stratégies pour pré-qualifier vos clients cibles à l'achat de vos produits ou services, afin que vous puissiez créer une rafale de ventes à une période donnée.

La quatrième étape du processus de vente est d'élaborer divers plans pour relancer vos clients cibles.

Dans le quatrième cours du *Processus de Vente*, vous apprendrez plusieurs techniques pour faire changer d'avis vos clients cibles préalablement fermés à votre offre.

Mettez de côté quelques instants Google Adword, Ouverture, les bannières, pop under, annonces classées, etc.

Bref, tous ces outils qui génèrent **des visiteurs au compte-gouttes !**

Laissez-moi être clair avec vous, *Le Processus de Vente* a été conçu pour vous aider à exploiter une activité virtuelle rentable. Autrement dit, vous devrez être en mesure de générer plus de 100 000 \$ par année de profit avec votre activité. Ce qui signifie que, vous devrez trouver d'autres alternatives que vous combinerez avec les méthodes conventionnelles mentionnées plus haut.

Hormis cela, ceci vous demandera de générer un minimum de 1000 visiteurs uniques par jour sur vos pages web. Si votre seule alternative est les coûts par clics, vous risquez peut-être de perdre votre chemise avant la fin de l'année. Aujourd'hui surtout, l'achat d'un mot-clé peut relativement vous coûter 0,15 \$ entre et 2,75 \$, pour être bien positionné dans les moteurs de recherche.

Question :

Comment s'y prendre pour générer un maximum de clients cibles sans dépasser son budget quotidien ?

Il y a plusieurs solutions que vous trouverez dans la version complète de ce cours. Par conséquent, pour la version démo, j'ai choisi une méthode qui est régulièrement utilisée du côté anglophone du web et qui rapporte un succès monstre. Malheureusement, cette pratique complètement négligée du côté francophone est inconnue par plusieurs. Je considère cette négligence comme étant une erreur fatale, surtout lorsque notre budget publicitaire est limité.

Cette pratique, utilisée pour la vente d'un ebook, *Le Secret De Mon Succès*, m'a permis de générer des centaines de ventes supplémentaires. Aujourd'hui encore, elle est une de mes préférées, d'autant plus qu'elle ne demande aucun investissement monétaire. Très peu d'entreprises virtuelles peuvent se permettre de mettre de côté cette stratégie de marketing du terme anglophone '**Joint Venture**'.

Créer une rafale de visiteurs sur ses pages web sans investir un sou, c'est possible! Qu'est-ce que le Joint Venture?

Il est impossible de faire des affaires sur le web longtemps sans entendre parler du terme 'Joint Venture'. **Savez-vous vraiment de quoi il s'agit et comment ça fonctionne?**

En somme, le terme 'Joint Venture' se définit comme un partenariat avec d'autres commerçants du net, dans l'optique de créer une situation gagnante pour tous les participants.

Mais quelle est réellement sa signification? Comment peut-on identifier un bon potentiel Joint Venture? Comment peut-on structurer un bon partenariat, afin que tout le monde puisse en tirer un bénéfice? Comment doit-on approcher un partenaire Joint Venture potentiel ?

Je vais tenter de répondre à chacune de ces nombreuses questions tout au long de cette leçon. Le moteur principal des 'Joint Venture', à savoir ce qui assure leur efficacité, leur bon fonctionnement ainsi que les raisons pour lesquelles ils sont plus efficaces que les autres stratégies de marketing, est son effet multiplicateur.

À la fin de la leçon d'aujourd'hui, vous devriez être en mesure de saisir le principe du **leverage** et de là, pouvoir développer plusieurs idées sur les différentes façons dont vous pourriez incorporer les Joint Venture au sein de vos propres stratégies de marketing.

Les Joint Venture représentent une façon efficace de donner un pouvoir multiplicateur à **vos listes de diffusion, vos clients, votre crédibilité, vos produits, votre argent, votre pouvoir marketing et votre influence afin d'offrir des avantages et des conditions gagnantes pour les deux partis.** L'avantage le plus recherché est certainement la création de revenus et de profits immédiats.

<http://www.netprofitblueprint.com/presentation.html?aff=coolpote>

Par conséquent, aujourd'hui nous traiterons de profits immédiats et comment générer des milliers de visiteurs sur vos pages web, mais notre but pourrait être:

- ✓ Accroître vos listes d'abonnés
- ✓ Augmenter la notoriété de votre marque dans un nouveau marché
- ✓ Réduire ou partager certains coûts
- ✓ Accumuler de l'information précieuse ou de nouvelles habiletés

Je tenterai donc plus tard de faire un tour de piste sur les différentes opportunités que peuvent vous procurer les JV. Ces exemples ont simplement été mentionnés dans le but de donner quelques pistes de réflexion à votre imagination. Peu importe ce que vous faites, ne vous imposez pas de limites à cause de ces derniers. Ce ne sont que des exemples ! La plupart des 'Joint Venture' sont uniques, et les meilleurs d'entre eux prendront naissance grâce à votre imagination et votre créativité, vous poussant à créer la situation la plus avantageuse pour vous et vos partenaires.

Premièrement, examinons les opportunités 'Joint Venture' que l'on retrouve le plus souvent sur Internet. Prenez le temps de bien lire cette notion, cela vous permettra de mieux comprendre le 'Joint Venture Marketing'

1. Les programmes affiliés

Certains penseront que l'aspect de l'exclusivité fait partie de la définition d'un 'Joint Venture'. En gros, un partenariat Joint Venture devrait inclure un nombre limité de partenaires. Je vous renvoie ici à la définition donnée plus tôt, et me contenterai de déclarer que le programme d'affiliés correspond à cette dernière.

De toute façon, les programmes d'affiliés nous fournissent un exemple très concret de la relation qui existe entre les partenaires. Si vous choisissez de limiter la définition pour vos propres buts, c'est très bien, mais utilisons-les comme point de référence commune.

Le programme typique d'affiliés possède une seule source et le plus grand nombre de promoteurs possible. Le propriétaire d'un produit (la source) établit le programme d'affiliés, afin de créer un effet multiplicateur aux listes de diffusion, clients et recommandations des promoteurs affiliés, afin de vendre le produit à un plus grand nombre de consommateurs possibles.

Le commerçant tire ses revenus des ventes qu'il effectue auprès des navigateurs Internet et abonnés aux bulletins d'information qu'il n'aurait jamais pu contacter par l'utilisation d'une simple méthode de marketing direct, incluant les recommandations, utilisée par chaque affilié.

L'affilié, quant à lui, laisse le commerçant fournir la copie de vente et s'occuper de la prise de commandes et du soutien à la clientèle. Bien sûr, l'affilié reçoit ses commissions sur chaque vente réalisée grâce à ses efforts promotionnels. Le marchand recueille aussi les informations personnelles de chaque acheteur, puisque ceci fait partie du processus de commande. Cela permet au marchand de bâtir ses listes de contacts réceptifs, afin qu'il puisse, ultérieurement, se promouvoir directement auprès d'eux.

Le marchand peut, de plus, faire la promotion de produit supplémentaire et ce, juste avant que le client ne saisisse son numéro de carte bancaire. Cette stratégie s'appelle 'back end' en anglais.

Aussi, cela permet à l'affilié de renforcer sa relation avec ses lecteurs, ses clients antérieurs et futurs en ayant recommandé un produit de valeur à ses clients potentiels. Donc, chacun des partenaires a un effet multiplicateur et bénéfique sur l'autre, et les deux parties peuvent tirer de nombreux avantages de ce partenariat.

IMPORTANT

Cette pratique du 'Joint Venture' n'est valable que pour les entrepreneurs que l'on appelle super-affiliés seulement.

Pourquoi?

Un super-affilié est un entrepreneur qui tire des revenus importants provenant de plusieurs programmes d'affiliation. Il a su mettre sur pied un montage qui lui permet de mettre en application les quatre étapes du processus de vente. Il ne faut surtout pas le confondre avec des internautes qui participent à des programmes d'affiliés et qui s'amuse à lancer des campagnes au clic, ou tout autre genre de promotion. Dans la version originale de ce cours, vous aurez toute la documentation dont vous aurez besoin pour devenir un super-affilié. Pour le moment, poursuivons...

Joint Venture pour faire la promotion d'un produit

Maintenant que vous comprenez mieux le principe de partenariat, vous réaliserez que les programmes d'affiliés ne sont qu'une forme de 'Joint Venture' vous permettant de générer des milliers de visiteurs et acheteurs potentiels sur vos pages web.

Allons voir un peu plus loin avec le placement de produit...

Lorsque l'on parle de 'Joint Venture' par placement de produit, il faut comprendre que dans ce cas, le commerçant contacte une mini-liste de spécialistes en marketing, de super-affiliés ou propriétaires de sites web très achalandés, afin de leur proposer un 'Joint Venture'. Il leur procure un exemplaire gratuit de son produit à des fins d'évaluation. Chacun des partenariats peut se révéler unique.

Voyons un scénario ensemble...

Le commerçant a pour objectif d'obtenir un maximum de couverture médiatique pour son produit, ainsi qu'une campagne marketing la plus professionnelle possible. C'est pour cela qu'il consulte une mini-liste constituée de super-affiliés ayant su démontrer leur habileté à faire cliquer la souris de leurs clients potentiels sur différentes pages de vente. Dans la plupart des cas, le commerçant voudra aussi obtenir des témoignages de noms reconnus pour bâtir sa page de vente, donc cette même liste de super-affiliés répondra probablement aussi à ses critères.

Déroulement des opérations :

Le commerçant aborde sa liste de partenaires JV potentiels en leur offrant une copie gratuite de son produit et reçoit par le fait même les témoignages essentiels pour ses pages de vente. Les partenaires JV bénéficient ainsi d'une couverture supplémentaire en ayant leurs témoignages affichés sur les pages de vente correspondant au produit du commerçant. Pas si mal comme entente pour les deux parties jusqu'à présent ! Et l'ensemble du 'colis' recèle encore beaucoup plus d'avantages pour les deux parties...

Tous les participants à l'évaluation du produit se trouvent désormais dans une position idéale pour en faire la promotion auprès de leurs listes de contacts, étant persuadé qu'ils bénéficient de la confiance de leurs lecteurs et clients antérieurs. Ils devraient ainsi être en mesure de diriger une quantité significative de trafic vers la page de vente du marchand.

Mais pourquoi les gens optent-ils pour les 'Joint Venture' ?

Le marchand s'assure ainsi qu'il propose bien un produit de valeur, en demande sur le marché. De plus, le marchand devra accorder un plus grand pourcentage à ses affiliés sur chaque vente réalisée. Par conséquent, il générera beaucoup plus de ventes qu'un affilié qui apposerait simplement une bannière sur son site Internet. Ceci n'est pas un pari, c'est une certitude!

En échange d'une recommandation personnelle d'un produit ou service sur sa liste, le partenaire JV reçoit une commission plus élevée et le droit de promouvoir le produit ou service avant que les autres n'envahissent le marché avec la même offre. Vous avez tout à gagner en négociant un 'Joint Venture' avec le propriétaire d'une liste, ou simplement d'accepter un JV à l'aide de votre propre liste.

Comme nous l'avons mentionné plus tôt, chaque JV est un partenariat unique. D'autre part, lorsque vous négociez un 'Joint Venture', **vous engendrez aussi un revenu passif.**

Analysons ensemble un joint venture direct versus une promotion passive.

Étude 1

Votre partenaire 'Joint Venture', Martin, accepte de faire la promotion de votre produit sur sa liste de diffusion. Martin décide d'envoyer un courriel promotionnel aux abonnés de sa liste de diffusion pour faire la promotion de votre livre de cuisine Italienne à 20 \$.

Voici les résultats : 720 ventes x 20 \$ = 14 440 \$, moins 50 % de commission que vous verserez à Martin. C'est tout à fait acceptable si vous avez plusieurs partenaires.

Supposons que vous ayez 14 partenaires de 'Jointe Venture' possédant des listes considérables qui acceptent de faire la promotion de votre produit auprès de leurs abonnés. Vous pourrez facilement multiplier par dix cette somme de 14 440 \$.

La question qui se pose est : Comment trouver des dizaines de partenaires de JV, quelle que soit votre niche ? **Plus tard, je vous révélerai cinq techniques qui vous permettront de trouver des dizaines de partenaires de JV en quelques clics de souris.** Pour le moment, l'important pour vous est de saisir toutes les possibilités dont vous pourriez bénéficier en appliquant cette stratégie de marketing.

 tude 2

Votre partenaire Alex accepte de faire la promotion de votre produit dans sa lettre de publicité hebdomadaire. De plus, vous proposez   Alex d'écrire un article sur votre produit qui intéresserait son audience, un enregistrement audio ou une entrevue, afin qu'il puisse l'insérer dans son auto-répondeur.

Voici vos résultats : 360 ventes x 20 \$ = 7 200 \$, moins les commissions que vous verserez   Alex. Donc, vous faites un profit de 3 600 \$ le premier mois. Ceci représente votre profit initial, **cependant vous avez toujours un article ou autre outil promotionnel qui continue à promouvoir votre produit auprès de ses abonnés.**

Les résultats à long terme sont plus intéressants qu'à court terme. Ils peuvent être de 3 600 \$ par mois pour les prochains 12 mois. Ce qui représente un revenu passif de plus de **43 000 \$ par année pour un seul partenaire.**

Bien sûr, ces chiffres sont fictifs, mais il est important que vous saisissiez bien le principe. Multipliez 10, 20, ou 30 partenaires de JV la sommes de 3 600 \$ par mois. **Non seulement vous en tirerez des profits immédiats, mais vous vous assurez d'obtenir un nombre élevé de visiteurs sur vos pages web sans débourser un sou frais publicitaires.**

Aujourd'hui, nous avons vu ensemble deux exemples de 'Joint Venture'. Le plus courant, celui en ligne, aussi appelé programme d'affiliés, et l'autre type qui est le placement de produit.

Note : Je tiens à vous souligner que vous pouvez utiliser l'effet multiplicatif du 'Joint Venture' même si vous faites la promotion du programme d'affiliés. Si vous avez besoin d'un coup de pouce pour élaborer votre montage, vous pouvez bénéficier d'une consultation offerte gratuitement.

N'oubliez pas, chaque partenariat est unique et ne vous laissez surtout pas limiter par les ententes conventionnelles. Redoublez d'originalité lors de vos ententes. Maintenant que vous saisissez la raison pour laquelle vous ne pouvez pas rester en affaires très longtemps sans appliquer ce redoutable outil de marketing, passons aux choses sérieuses.

Visitez : <http://www.netprofitblueprint.com/presentation.html?aff=coolpote>

Comment trouver des partenaires de JV pour promouvoir vos produits et services?

Je suis convaincu que vous avez le meilleur produit sur le marché. Cependant, si vous êtes dans l'impossibilité de trouver des partenaires de JV, vous resterez sûrement sur votre appétit.

Pas de partenaire + faible trafic = Pas de profits

A présent, ce qui vous intéresse est comment trouver des dizaines de partenaires idéaux. Je vous recommande un minimum de 25 à 40 partenaires de JV pour faire la promotion de vos produits et services. Voici cinq outils qui vous aideront à trouver vos partenaires idéaux.

1. Les moteurs de recherche

Supposons que vous faites la promotion d'un e-book qui s'intitule '*Comment Vendre en ligne*' et que vous souhaitez diriger un maximum de visiteurs sur vos pages web.

Votre recherche devrait débuter par Google.fr.

Cette stratégie ou technique est si simple que nous n'allons pas nous y attarder. Rendez-vous sur Google.fr puis tapez les mots-clés reliés à ce produit. Pour notre exemple, nous allons utiliser '*Comment Vendre en Ligne*.' Il y a environ 1 370 000 sites pour les mots-clés '*Comment vendre en ligne*.' Cela vous donne un petit aperçu du nombre de personnes que vous pouvez contacter pour une offre de partenariat.

Voir exemple photo 1.0

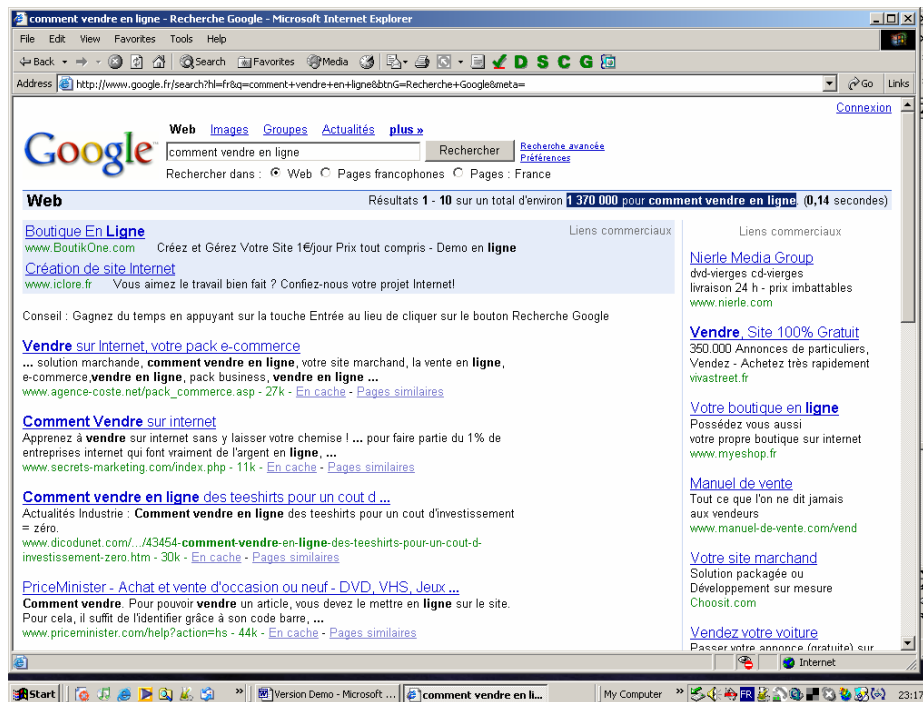


Photo 1.0

Le véritable problème est que la majorité des chercheurs se limitent à la première page des résultats! Voyez-vous, utiliser simplement un mot-clé ou une phrase vous donne accès à un inventaire de partenaires. Par conséquent, cela ne vous dit pas lequel vous devriez contacter ou non. Vous ne savez jamais d'avance sur qui vous tomberez et qui a de fortes relations.

En occurrence, vous pouvez utiliser un mot-clé combiné avec un terme spécifique pour élaborer votre champ de recherche.

Exemples avec le mot-clé Marketing

- ✓ Articles de marketing
- ✓ Newsletter de marketing
- ✓ Blog Marketing
- ✓ Forum de discussion sur le marketing
- ✓ Affilié marketing

Voici mon sucre d'orge!

Google Adword et Ouverture

Voici une méthode un peu sournoise qui fonctionne à merveille pour avoir de la publicité payante dans les moteurs de recherche, sans débourser un sou.

Les petits entrepreneurs qui utilisent ce type de publicité paient en moyenne entre 0,10 \$ et 0,75 \$ pour s'annoncer dans les moteurs de recherche. Ce qui représente des partenaires de choix puisque vous bénéficierez de leurs annonces payantes. Avec un peu d'imagination, vous serez en mesure d'entrer en contact avec eux, afin de leur proposer une offre qu'ils ne pourront refuser.

Dans le cours *Le Processus de Vente de NPBP*, vous trouverez quatre autres méthodes qui demandent moins de recherche et qui vous permettront de d nichier des dizaines de partenaires de 'Joint Venture' qui accepteront de promouvoir votre produit.

Voici d'autres alternatives que vous trouverez dans *Le Processus de Vente* pour générer des clients cibles sur vos pages web.

Cours 1

- ✓ **Le communiqué de presse marketing.** Cette pratique peu coûteuse vous permet de générer une quantité importante de clients, ciblés en l'espace de quelques jours.

- ✓ **Le webzine marketing,** une solution simple, rapide et abordable pour les entrepreneurs possédant un budget limité. C'est l'outil idéal pour diriger une audience ultra-ciblée sur ses pages web, se bâtir une liste de diffusion et générer des ventes provenant d'un auditoire spécifique.

- ✓ **Comment extraire tout l'argent et les clients cibles des forums de discussion.** Une pratique simple, n'exigeant aucun investissement monétaire, qui procure des résultats impressionnants.
- ✓ **Comment utiliser le courriel marketing,** pour générer des ventes et visiteurs sur vos pages promotionnelles. Malheureusement, la plupart des internautes croient que cette stratégie de marketing se limite simplement à envoyer des courriels promotionnels à un fichier. Cette pratique beaucoup plus complexe vous permettra de générer un flux monétaire constant.
- ✓ **Comment définir une liste des mots-clés porteurs d'attention.** L'un des problèmes les plus fréquemment éprouvés par les internautes est de définir les mots-clés qui incitent les prospects à cliquer sur leurs annonces. C'est toute la différence entre un échec et une réussite.
- ✓ **Comment déjouer les rémunères mails et auto-surfs.** Plusieurs internautes se font piéger par ce type de produit qui génère un piètre trafic. Apprenez à les utiliser pour tester vos textes publicitaires et assurez-vous qu'ils produisent une réponse directe.
- ✓ **Comment configurer vos campagnes dans les moteurs de recherche.** La plupart des campagnes 'au clic' qu'offrent certains moteurs de recherche viennent avec leur petit mode d'emploi. **Le problème est qu'elles ne sont pas là pour votre intérêt, mais plutôt pour vendre un produit générant un maximum de revenus.** Apprenez la bonne méthode que vous devrez appliquer pour lancer une campagne lucrative.
- ✓ **Le principe de 'demandez et vous recevrez'.** Cette stratégie utilisée par la majorité des gourous du marketing en ligne leur permet de générer des sommes astronomiques provenant de la vente de leurs infos et produits accessibles à tous. D'autre part, elle ne requiert aucun investissement autre que de développer votre sens de l'originalité afin d'attirer des milliers de visiteurs sur vos sites web.

Nous venons d'énumérer seulement **8** sujets sur les **22** qui sont traités dans le cours 1!

Nouveau

En téléchargeant dès maintenant le cours *Le Processus de Vente*, vous recevrez un **enregistrement de trois heures du camp d'entraînement de Netprofit Blueprint sur le 'Joint Venture'**. Vous y apprendrez à générer des visiteurs sur vos pages web en conduisant, au centre de conditionnement physique, en écoutant votre lecteur mp3, bref comme bon vous semble.

J'ignore le nombre de visiteurs que vous générez quotidiennement sur vos pages web. Cependant, je peux vous assurer une chose, à moins que vous ne possédiez un produit unique, rare et très en demande. Pour développer une activité qui vous rapportera dans les 6 chiffres par année, vous devez absolument générer un minimum de 1 000 visiteurs uniques sur vos pages web et vos programmes d'affiliés.

RAPPEL

1. Par conséquent, gardez toujours en mémoire que vous devrez mettre en place un système qui pré-qualifie automatiquement vos prospects. Ceci représente une lacune pour **bien des entrepreneurs qui pourraient gagner temps et argent. Sans ce système, vos visiteurs n'ont aucune valeur.** Vous pouvez générer des centaines de milliers de visiteurs et tirer un maigre revenu de votre activité. La pré-qualification est une option dont vous devez tenir compte à moins que vous ne souhaitiez utiliser Internet comme divertissement seulement. Vous aurez l'opportunité de découvrir comment vous pouvez pré-qualifier vos visiteurs dans le cours 2 du Processus de Vente.

2. En l'occurrence, une fois vos prospects pré-qualifiés, ceci ne signifie pas que vous générerez automatiquement des ventes. Aujourd'hui, le web est de plus en plus complexe et la compétition d'autant plus féroce. Vous devrez absolument obtenir un consentement de vos prospects. Généralement, cet engagement s'effectue sur vos pages web. Sans consentement, vous risquez de perdre l'intérêt de la plupart de vos visiteurs qui s'amuse à zapper d'un site à l'autre. Dans les cours 2 et 3 du *Processus de Vente* nous vous expliquons en détail diverses techniques que vous utiliserez pour obtenir le consentement de vos prospects.

Hormis cela, sans consentement de vos prospects pré-qualifiés, vous risquez de ne pas effectuer de vente. La majorité des internautes passifs sur une page web risquent de le demeurer au moment où ils doivent commander le produit ou service en question.

Jusqu'à présent, nous n'avons vu ensemble que trois des nombreuses étapes que vous devrez entamer avec vos prospects avant même que l'idée d'effectuer une vente ne vous traverse l'esprit. Ces étapes vous sont peut-être inconnues ! Vous apprendrez à les maîtriser durant votre apprentissage. Outre cela, vous comprendrez mieux à présent la raison pour laquelle certains internautes exploitent une activité qui leur rapporte des milliers de dollars par mois, alors que d'autres...

Apprenez à vendre de façon démentielle tous vos produits et services en ligne

Par Netprofit Blueprint INC



Visitez : <http://www.netprofitblueprint.com/presentation.html?aff=coolpote>

T l chgez gratuitement la méthode que j'ai utilisé pour faire une offre regroup e et qui m'a permis de générer plus de 6000\$ en moins de 10 jours.

Vous pouvez utiliser cette technique pour 'booster' votre activité de marketing de réseau, ou simplement pour faire bondir votre portefeuille de quelques milliers de dollars.

Réalisez vos projets avec cette audio de 45 minutes



  l'intérieur de ce E-CD, vous je relève en détail comment et où trouver toute l'information dont vous aurez besoin pour dupliquer la méthode que j'ai utilisée.

Cliquez ici : www.offreregroupe.com

Établir la relation avec vos clients cibles

Cours 2

Dans la première partie de ce cours, nous avons élaboré diverses techniques pour générer des clients cibles. Tel que mentionné précédemment, ceci représente le cerveau de votre entreprise. Quel que soit son bilan financier, vous ne devrez en aucun cas suspendre ce flux.

À la page 21 de ce document, nous vous avons parlé des deux étapes que vous devrez entamer avec vos prospects avant de penser à effectuer une vente. Comme ce document est une version démo, nous allons passer directement au deuxième point de la page 21.

Annonce importante

Ceci ne signifie aucunement que la pré-qualification de vos prospects est un point à prendre à la légère. Au contraire, sans cette étape cruciale du processus de vente, vous courez la chance de fermer boutique avant la fin du trimestre.

Dans la version originale de ce cours, nous avons mentionné un élément fondamental du marketing en ligne, celui de toujours capturer le nom et l'adresse courriel de vos clients cibles, afin de vous bâtir un créneau.

Quelques méthodes que vous appliquerez afin d'y parvenir :

1. Capturer les informations des visiteurs sur votre site
2. Collaborer avec un autre site afin de capturer un maximum de clients cibles provenant de la combinaison des deux sources de trafic
3. Traiter avec un professionnel ou une compagnie, afin qu'il vous dénicher une liste que vous pourrez acheter ou louer.

Plusieurs méthodes permettent de bâtir votre créneau, nous allons les survoler ensemble.

Quelle que soit la méthode que vous utiliserez pour capturer les noms et adresses courriel de vos clients cibles, **il est important de mettre en place des outils qui b tiront la relation entre eux et vous.** Ceci représente le cœur de votre entreprise, contrairement à ce que la plupart des entrepreneurs en ligne pensent. Posséder un site web ne signifie pas que vous aller générer des gains avec votre activité. Votre site web est seulement un médium de communication. Il existe des centaines de milliers de propriétaires de sites web et seulement 5 % d'entre eux sont en mesure de générer un revenu confortable.

Je le répète, votre site web ne représente que le pont permettant le contact entre vous et vos clients cibles. C'est uniquement votre point de départ. **Plus de 99 % de vos visiteurs quitteront votre site et n'y reviendront jamais.** Dans ce contexte extrême, il est difficile d'accroître son chiffre d'affaires. Une solution simple est de placer sur votre site une forme HTML pour capturer les noms et adresses courriel de vos visiteurs.

En l'occurrence, si vous n'avez pas de site, c'est le moment idéal pour vous en bâtir un. Vous pouvez simplement vous construire une page capture, comme celle où vous avez entré vos nom et adresse courriel avant de télécharger le présent cours.

Vous n'avez pas besoin d'avoir un site très élaboré si vous travaillez uniquement avec des programmes d'affiliation. D tenez simplement une page qui capturera les informations de vos visiteurs, afin que vous puissiez leur faire parvenir de l'information par courriel.

Visitez : <http://www.netprofitblueprint.com/presentation.html?aff=coolpote>

Important

N'oubliez pas que les internautes qui atterrissent sur votre site web n'y arrivent pas par hasard, ils ont auparavant effectué une recherche sur un sujet dans leur moteur de recherche, ont répondu à une annonce class e ou ont été référés par un ami. Quelle que soit la raison pour laquelle ils ont atterri sur votre site, ils sont une cible de choix pour votre commerce. Alors, si vous n'avez pas de site web ou de page capture, je vous recommande de vous en créer un rapidement. Vous n'avez pas besoin d'être un professionnel, il existe plusieurs outils qui vous aideront à vous en construire un en moins de 24 heures. Une fois votre site en ligne, plusieurs techniques vous permettront de capturer les informations de vos visiteurs.

A. Capturer les informations de vos visiteurs via votre site web.

1. Insérer une boîte pour recueillir les adresses courriel de vos clients cibles, en haut à gauche ou à droite de votre page web. (Voir photo 1.1) La boîte en question est un code HTML que vous fournit votre compagnie d'auto-répondeur. Revoyez le cours 1, chapitre 13, si vous avez un petit trou de mémoire.
2. Mettre cette forme HTML sur toutes les pages de votre site web. Une fois vos lecteurs en confiance, ils s'inscriront volontiers pour recevoir de l'information complémentaire sur votre produit.
3. Vous pouvez aussi insérer un lien dans un endroit stratégique de votre site, afin d'inciter vos lecteurs à s'inscrire à votre liste de diffusion. Le lecteur cliquera sur le lien en question, et une boîte de capture apparaîtra.
4. Utilisez les commentaires des abonnés à votre liste de diffusion pour inciter vos lecteurs à s'inscrire sur votre liste, ils adorent ce type d'information et du même coup, cela augmentera votre nombre de ventes.



Sur cette page, la boîte HTML, pour capturer les informations des visiteurs, se trouve en haut à droite.



Photo 1.1

Notez bien

Laissez vos visiteurs s'inscrire volontairement sur votre liste, n'oubliez pas qu'il existe plusieurs méthodes à appliquer afin de les inciter à s'inscrire. Lorsque vous utilisez un script ou forme pour capturer les informations de vos clients cibles, ne les incitez pas en leur promettant de décrocher la lune. Voyons d'un peu plus près les trois méthodes les plus couramment utilisées pour capturer les informations des visiteurs.

B. Vous pouvez collaborer avec un autre site, afin de capturer un maximum de clients cibles provenant de la combinaison des deux sources d'achalandage.

Vous avez s urement d ej  entendu le terme anglophone '**Joint Venture**' ou '**JV**'. Un 'Joint Venture' est une entente conclue avec un autre site vendant des produits compl ementaires au vôtre. Ceci vous procure une source d'achalandage dont vous n'auriez jamais pu profiter. Plusieurs types de **JV** existent. Aujourd'hui, ce qui nous intéresse est de connaître les opportunités que vous pourrez mettre en place sur un site qui complémente vos produits ou services, afin de créer la relation entre vous et cette nouvelle source de trafic.

Normalement, on utilise un script en HTML, situé à des endroits stratégiques. Il a été prouvé que, lorsqu'un internaute entreprend une action sur un site, il est disposé à en entreprendre une autre.

Voici les endroits-clés : Demandez à votre partenaire de mettre votre code HTML qui capturera les nom et adresse courriel des visiteurs actifs sur son site.

- Sur la page de remerciement une fois le visiteur inscrit à la lettre de diffusion.
- Placer la forme HTML après un téléchargement de logiciel.
-   la fin d'un sondage, le proposer comme bonus.
- Sur un site qui demande la création d'un mot de passe et d'un nom d'utilisateur.
- Immédiatement après avoir rempli un formulaire.
- Après chaque vente complétée.

N'oubliez pas que vous avez une entente mutuelle, vous devrez en faire autant.

Quelle que soit l'action qu'un client cible entreprend, vous pouvez lui demander d'en prendre une autre. Cette pratique augmentera votre liste de diffusion et vous permettra d'entrer en contact avec de nouveaux clients cibles, afin de créer la relation avec eux pour ensuite entamer le processus de vente.

C. Vous pouvez traiter avec un professionnel ou une compagnie qui vous dénichera un fichier que vous pourrez acheter ou louer, afin de collecter un maximum d'adresses courriel.

La plupart des entrepreneurs ont déjà entendu parler d'acheter ou de louer un fichier de clients cibles. Malheureusement, la majorité nage dans la plus grande confusion à ce sujet, je vais donc essayer d'être clair et précis.

Acheter un fichier de prospects ne signifie pas acheter un CD contenant 1 million d'adresses courriel d'une catégorie particulière. Un tel cas implique des internautes n'ayant pas sollicité le fait que vous entriez en contact avec eux. Autrement dit, une liste de Spam ... **Ne vous procurez jamais une liste de cette nature, elle ne peut que vous attirer des ennuis!**

Plusieurs compagnies en ligne se sont spécialisées dans la vente et la location de fichiers. Vous pouvez effectuer une recherche dans vos moteurs de recherche préférés en y inscrivant ces mots-clés '**louer un fichier ou acheter un fichier**'. Cette liste provient de compagnies désirant augmenter leur chiffre d'affaires en laissant le soin à une entreprise de trouver des clients prêts, moyennant un certain coût, à passer une annonce **x** ou **y** auprès d'un bassin de clients potentiels. Les propriétaires de ces listes ont assidûment travaillé à collectionner les adresses courriel de leurs visiteurs ainsi qu'à bâtir une relation avec eux en utilisant diverses stratégies.

L'utilisation de fichiers loués ou achetés pour vos campagnes promotionnelles peut s'avérer ultra-lucrative ou dévastatrice sur le plan économique. Tout dépend de la méthode que vous utiliserez pour travailler votre liste.

Posez-vous les trois questions suivantes, avant d'acheter ou louer votre liste :

1. Combien de fois a-t-elle été vendue ou louée à différentes entreprises ?

N'oubliez pas que les compagnies offrant ces services sont là pour générer des bénéfices avec leurs activités. Les clients cibles se voyant bombardés de courriers publicitaires deviennent totalement insensibles.

2. À quelle date les prospects se sont-ils inscrits sur une liste pour recevoir de l'information sur un produit particulier ?

Je vous recommande de ne jamais acheter une liste qui date de plus de 30 jours. Généralement, les internautes oublient après quelques jours qu'ils ont demandé de l'information sur un produit ou sujet en particulier.

3. Quelles étaient les intentions des prospects lorsqu'ils se sont inscrits à la liste de diffusion ?

Osez poser ces trois questions à la compagnie avec laquelle vous traitez, afin d'avoir un fichier à la mesure de vos attentes.

Pour conclure avec cette pratique, je vous donne quelques recommandations lorsque vous travaillez avec des fichiers de prospects.

- La première chose à faire est de prendre soin de vous présenter. Les clients cibles oublient rapidement qu'ils ont demandé de l'information sur un sujet en particulier, alors une petite présentation serait la bienvenue.
- Vos messages doivent être courts et incitatifs afin de créer le désir chez les prospects de visiter votre site web ou se joindre à votre liste de diffusion.
- Indiquez-leur clairement comment ils peuvent annuler leur abonnement à votre liste.
- Gardez-les captifs en leur posant régulièrement des questions.
- Offrez-leur des cadeaux et rapports sur une base régulière.

Note importante

Vous devez absolument être conscient que la plupart des prospects d'un fichier ne répondront pas à votre annonce. Vous pouvez considérer que votre campagne est un succès quand vous obtenez un taux de conversion de 15 % des membres d'un fichier.

Le coût d'un fichier varie selon le nombre d'adresses, vous pouvez louer ou acheter un fichier à partir de 0,05 \$ par courriel jusqu'à 15 \$. Alors, soyez prudent lorsque vous traitez avec ce type de compagnie et n'ayez pas peur de les submerger de questions avant de sortir un sou de votre poche.

Nous venons de parcourir les trois principales m ethodes employées pour se bâtir un créneau. Pourquoi se bâtir un créneau ? La réponse est simple, c'est la meilleure technique pour créer la relation avec vos clients cibles. Voyez-vous, lorsqu'un prospect inscrit son nom et adresse courriel dans une forme, c'est qu'il a une attente, qu'il souhaite recevoir de l'information compl ementaire sur votre produit ou service. Ceci repr esente votre point de départ. Quelle que soit votre activité, trouvez toujours une technique pour récupérer les informations de vos visiteurs, afin d'amorcer le premier pas vers une relation amicale et durable.

  la page 21 de ce document, nous vous avons mentionné que vous devez absolument obtenir le consentement de vos prospects. Ceci repr esente une des nombreuses techniques que nous élaborerons dans les cours 2, 3 et 4.

Faisons une mise au point ensemble !

La première étape du processus de vente que vous devez maîtriser est celle de générer un maximum de clients cibles pour vos pages promotionnelles, c'est le cerveau de votre entreprise. De plus, vous avez appris diverses stratégies que vous aurez l'opportunité d'approfondir ultérieurement, pour générer une grande quantité de prospects sur vos pages promotionnelles.

La deuxième étape du processus de vente, qui repr esente le c eur de votre entreprise, est de bâtir la relation entre vous et vos clients cibles. Nous avons vu ensemble une des seize notions que vous devrez maîtriser pour y parvenir.

Annonce Importante

Collecter les informations personnelles de ces visiteurs repr esente seulement la pointe de l'iceberg. Le véritable défi qui se présente ensuite est de savoir quelle information ou courriel vous acheminerez à vos prospects. La réponse à votre question se trouve dans le deuxième cours du Processus de Vente.

Voici ce que vous aurez la l'opportunité de découvrir dans le deuxième cours!

- ✓ **Assurez-vous que vos clients cibles soient réceptifs à tous vos courriels**, ceci représente une grande part du gâteau. Il est facile de recueillir le nom et l'adresse courriel d'un visiteur, mais comment s'assurer d'effectuer un suivi afin de le convertir en acheteur ?
- ✓ **Mettre ses clients cibles en confiance**, la majorité des internautes sont craintifs à cause de toute la publicité négative de la part des médias conversationnels. Le défi à relever est de sécuriser ces prospects afin qu'ils soient à l'aise d'utiliser leurs cartes de crédit pour effectuer un achat sur votre site.
- ✓ **Ce n'est ni votre site ni votre produit seul qui génère des ventes.** Malheureusement, la plupart des petits entrepreneurs ignorent pourquoi ils ont effectué une vente. Prendre conscience de ce qui fait vendre un produit sur votre site est la seule et unique façon de multiplier ces ventes.
- ✓ **Oubliez les devinettes et découvrez comment augmenter vos ventes.** Ceci est un de mes points favoris. Un des problèmes éprouvés par les promoteurs en ligne est de penser pour leurs clients. Alors qu'ils peuvent simplement appliquer une technique pour recueillir toutes les informations pertinentes de leurs prospects, afin de leur vendre des produits qu'ils achèteront à coup sûr.
- ✓ **Que doivent contenir les courriels promotionnels que je fais parvenir à mes clients cibles ?** Voici un des problèmes majeurs rencontrés par les internautes, un courriel promotionnel est beaucoup plus qu'un texte ou l'on insère le lien de notre site web ou lien d'affirmation. Il existe certains principes que vous devrez appliquer pour capter votre audience et les inciter à vouloir en découvrir plus sur votre promotion.
- ✓ **Quelles sont les meilleures journées pour envoyer un courriel ?** Y a-t-il vraiment une journée où les internautes sont plus réceptifs aux courriels que les autres ? Une simple technique vous permettra de déterminer la meilleure journée pour faire la promotion d'un produit à vos clients cibles.

Nous venons de parcourir seulement **6** des **13** sujets qui sont traités dans le cours 2 !

T l chgez gratuitement la méthode que j'ai utilisé pour faire une offre regroup e et qui m'a permis de générer plus de 6000\$ en moins de 10 jours.

Vous pouvez utiliser cette technique pour 'booster' votre activité de marketing de réseau, ou simplement pour faire bondir votre portefeuille de quelques milliers de dollars.

Réalisez vos projets avec cette audio de 45 minutes



  l'intérieur de ce E-CD, vous je relève en détail comment et où trouver toute l'information dont vous aurez besoin pour dupliquer la méthode que j'ai utilisée.

Cliquez ici : www.offreregroupe.com

Comment s'assurer que son site web génère des revenus sur une base hebdomadaire.

(Cours 3)

Pour débiter, nous allons mémoriser ensemble ce que nous avons parcouru dans les cours 1 et 2. Dans le cours 1, nous avons vu diverses techniques pour générer des clients cibles. En combinant plusieurs stratégies de marketing, vous serez en mesure de générer des milliers de visiteurs par jour sur votre site web. Au risque de me répéter, la génération de prospects représente le cerveau de votre entreprise. Vous devrez y consacrer 75 % de votre temps !

Par conséquent, l'élément modérateur de votre entreprise est de bâtir une relation durable avec vos clients cibles. Comme nous l'avons mentionné dans le cours 2, ceci représente le cœur de toute entreprise.

Posez-vous les questions suivantes :

1. Suis-je satisfait des revenus hebdomadaires générés par mon site web ou mes programmes d'affiliations ?
2. Est-ce que je reçois plus de 1 000 visiteurs uniques par jour sur mes pages web ou avec mes programmes d'affiliations ?
3. Ai-je pris le temps de bâtir une relation solide avec mes clients cibles avant de leur proposer d'acheter mes produits ou services ?

Si vous avez répondu **non** aux trois questions ci-dessus, vous ignorez peut-être les procédures à suivre pour obtenir du succès avec votre activité. Jusqu'à présent, nous n'avons pas encore exploré comment on parvient à générer des sommes qui ne peuvent que faire rêver la majorité de vos amis et membres de votre famille. En suivant les techniques des deux cours précédents, vous ne faites que préparer le terrain et c'est souvent ainsi que la majorité des entrepreneurs en ligne se cassent le bec. Il y a deux raisons pour lesquelles ils ne sont point prospères :

1. Ils sautent des étapes.
2. Ils confondent la génération de clients cibles, le marketing et la vente.

Je suis persuadé que vous serez d'accord avec moi. Pour réussir une bonne recette de tarte à la crème, assurez-vous d'avoir tous les ingrédients et bien sûr, suivez la recette à la lettre. En ligne, c'est exactement la même chose. La problématique est que la majorité des entrepreneurs ne prennent pas le temps de faire leurs devoirs avant de se lancer en affaires. Résultat, ils perdent leurs chemises en lançant des campagnes publicitaires qui ne sont pas profitables. **Mon objectif aujourd'hui est de vous apprendre le processus qui vous permettra d'éviter de tomber dans ce piège.** Il est clair que j'aurais pu vous écrire un roman sur chaque point élaboré dans les cours 1 et 2. Cependant, il est essentiel pour vous aujourd'hui de comprendre le processus de vente et d'avoir assez d'éléments pour commencer à le mettre en pratique, quelle que soit votre activité en ligne.

Que vous soyez :

Commerçant, affilié, agent immobilier, vendeur d'assurances, travailleur indépendant, dans le marketing de réseau, cela ne fait aucune différence, car c'est la base de toute entreprise à succès en ligne. Il ne vous restera seulement qu'à ajuster le processus de vente de NPBP à votre activité pour qu'elle puisse se développer davantage.

Si vous avez de la difficulté à faire le pont, je peux vous assister personnellement par l'intermédiaire de mon programme mentor.

Visitez : www.netprofitb.com/mentor.html

Passons maintenant à ma partie préférée, qui est l'élaboration de diverses techniques pour générer des ventes en ligne.

2. Quelle est la différence entre le marketing et la vente ?

La plupart du temps, les entrepreneurs en ligne ont beaucoup de difficulté à faire la différence entre une action marketing et la vente. C'est la raison pour laquelle ils perdent beaucoup de temps et d'argent.

L'objectif principal du marketing est de générer des prospects, piquer leur curiosité et leur fournir suffisamment de renseignements afin qu'ils puissent déterminer s'ils sont intéressés à votre produit ou non. Ceci entamera le processus de pré-qualification de vos clients cibles. Vos prospects seront pré-qualifiés lorsqu'ils auront reçu suffisamment d'informations pour se fixer une idée sur la façon dont votre produit ou service pourra lui

être utile. Cette étape représente votre point de départ. Malheureusement, plusieurs entrepreneurs la brûlent littéralement. Ensuite vient le processus de vente.

Une fois que votre prospect pré-qualifié, le processus de vente a pour objectif de l'amener à prendre un engagement. Celui-ci peut être de s'inscrire à une lettre de diffusion, s'abonner gratuitement à un de vos services ou produits pour une période d'essai, assister à une conférence ou simplement acheter un de vos produits. N'oubliez pas, l'important une fois cette étape franchie est de pousser vos clients cibles à entamer une action.

Le marketing et la vente sont comme le sang et les vaisseaux sanguins, l'un ne va pas sans l'autre et les deux jouent des rôles différents au sein de votre entreprise. Vous devez absolument identifier les prospects pré-qualifiés engendrés par vos stratégies de marketing, jusqu'à ce qu'ils achètent un produit ou service, ce qui devient la vente.

3. Définissez votre processus de vente

Question :

Quelle erreur la majorité des personnes voulant exploiter une entreprise virtuelle commettent-elles ?

Réponse :

Créer un site web!

Question :

Quelle est la deuxième erreur commise ?

Réponse :

Acheter de la publicité !

Étrange non ? Pourtant, la majorité des entrepreneurs en ligne ont débuté ainsi. Vous pourrez facilement vérifier ce que j'avance, en comptant le nombre de personnes qui réussissent à vivre uniquement de leurs activités en ligne.

Très peu, et c'est normal !

Votre site web est uniquement un médium de communication, vous annoncez à votre client cible que vous avez un produit du tonnerre à lui vendre et vos concurrents font exactement la même chose, alors...

Deuxièmement, lancer une campagne de publicité n'est que la première étape du processus de vente, il est donc évident qu'il manque plusieurs pièces à votre casse-tête.

Posez-vous les questions suivantes :

1. Avez- vous fourni assez d'informations à votre prospect, afin qu'il devienne pré-qualifié ?
2. Quelle stratégie avez-vous mise sur pied pour inciter vos prospects pré-qualifiés à entreprendre une action ou engagement ?
3. À quelle étape de votre processus offrez-vous à vos prospects pré-qualifiés d'acheter votre produit ?

Il existe plusieurs autres points que l'on pourrait élaborer ici, mais si vous arrêtez un peu pour y réfléchir, vous constaterez qu'avoir un site web et lancer des campagnes publicitaires représente seulement quelques pièces de votre casse-tête. Malheureusement, la majorité des entrepreneurs se limitent uniquement à ces deux morceaux et c'est **pourquoi ils ne peuvent prospérer dans leur domaine**. Aujourd'hui, nous verrons quelle est la première étape à franchir pour avoir une entreprise virtuelle florissante.

La première étape à franchir, avant même de penser à construire votre site, est votre processus de vente. Vous devez savoir à quel moment votre prospect deviendra un client.

***Très peu d'entrepreneurs ont du succès en ligne, puisqu'ils utilisent encore les processus linéaires des années '90.**

Le processus de vente linéaire est le plus courant en ligne. Il est composé de trois étapes :

- ✓ la génération de clients cibles,
- ✓ l'offre
- ✓ la décision d'acheter ou non du prospect.

Achat de prospects ---- Site promotionnel---- Décision d'achat ou non des prospects

Ce type de processus traite la vente comme un événement isolé et tout ce qui suit la vente est la post-vente. Laissez-moi être encore plus direct avec vous, afin de bien vous faire saisir ce que vous devez éviter à tout prix, et exploiter ainsi une entreprise virtuelle florissante.

Voici, une fois de plus, le processus linéaire que la majorité des entrepreneurs utilisent et qui est aussi la raison de leurs échecs. Ils créent un site web ou deviennent affiliés à un site. Puis ils achètent de la publicité en ligne, laissant le choix aux visiteurs d'acheter ou non leur produit ou service. Si vous exploitez votre activité en ligne de cette façon, il est tout à fait normal que vous éprouviez de la difficulté à atteindre vos objectifs.

Voici ce que vous apprendrez dans le troisième cours :

- ✓ **Le processus de vente que vous devrez appliquer avec votre activité en ligne.** Aujourd'hui, il faut redoubler d'originalité pour capter l'attention de votre audience. De plus, vous devrez élaborer un processus de vente à plusieurs étapes, afin d'augmenter considérablement votre ratio de ventes. Dans le troisième cours, nous vous expliquerons comment élaborer ce processus avec votre activité en ligne.
- ✓ **Les quatre questions majeures créant un contexte émotionnel motivant les clients cibles à acheter vos produits et services.** Lorsque vous élaborerez votre processus de vente, vos clients cibles devront répondre à une des quatre questions-clés, ce qui créera en eux ce contexte émotionnel. Cette notion relativement simple à mettre en œuvre vous permettra d'engendrer une action de la part de vos prospects. Comme nous l'avons mentionné plus tôt, pour générer un maximum de ventes, vos clients cibles doivent être actifs physiquement et mentalement sur votre site.
- ✓ **Comment préparer votre attaque médiatique pour 'booster' vos ventes.** Dans le premier cours, nous avons vu ensemble l'importance de générer une quantité importante de visiteurs sur vos sites web. Une fois mis en place votre processus de vente, vous pourrez utiliser de nouveaux médias pour générer un maximum de ventes et de clients cibles. Aujourd'hui, plusieurs sites, journalistes, revues en ligne se spécialisent dans un créneau particulier et leur principale activité est de faire connaître les entreprises en ligne. La plupart de ces ressources possèdent de

fortes audiences, ce qui représente un excellent vecteur de communication pour promouvoir vos produits. Dans le cours 3 nous vous apprenons comment les trouver, préparer vos campagnes et les contacter.

- ✓ **Comment convertir en acheteurs compulsifs les prospects qui sont indifférents à vos offres promotionnelles.** Le temps perdu à convaincre un prospect que votre produit est le meilleur sur le marché pourrait être réinvesti dans une autre sphère de votre activité pour accroître vos revenus. Le client doit toujours être persuadé qu'il a pris la décision logique et intelligente, tout en vous laissant présumer de la conversation qui se déroule dans sa tête lorsqu'il lit votre page de vente ou courriel, afin de l'amener à acheter votre produit.
- ✓ **Comment demander conseil à vos clients cibles hésitants, tout en leur faisant acheter vos produits.** Une des erreurs que commettent plusieurs entrepreneurs est de croire qu'ils connaissent bien les besoins de leurs clients cibles. Pourtant, ils ont de la difficulté à vendre leurs produits et services. Arrêtez de penser pour eux ! Demandez-leur plutôt ce qu'ils attendent de vous tout en leur proposant une promotion unique. Vous augmenterez ainsi votre chiffre d'affaires tout en créant une certaine notoriété auprès de vos prospects.
- ✓ **Comment créer une rafale de ventes à une période déterminée.** Votre réussite en ligne sera directement liée aux nombres de transactions journalières que votre entreprise engendre. Malheureusement, cela ne vous permettra pas d'exploiter de nouveaux créneaux ou de vous mettre à l'abri des périodes creuses. Vous devrez mettre sur pied diverses stratégies qui vous procureront une explosion de commandes en plus de vos ventes régulières. Dans le cours 3 nous vous expliquons en détail comment y parvenir à l'aide d'un simple formulaire.
- ✓ **Comment mobiliser votre audience, afin d'effectuer un record de ventes en moins de 24 heures.** Une des erreurs que commettent les entrepreneurs qui commencent à recevoir leur retour d'investissement, est d'attendre la rentabilité à long terme de leur capital et efforts investis. Vous pouvez accélérer le pas en appliquant certaines techniques qui vous permettront d'accroître le nombre de vos ventes. Si vous effectuez cinq ventes par jour de votre produit-vedette, en mobilisant votre audience vous pourrez facilement tripler ce nombre en moins de 24 heures. Vous trouverez tous les détails dans le cours 3.

Encore une fois, ceci représente 7 des 20 sujets traités dans le cours 3

T l chgez gratuitement la méthode que j'ai utilisé pour faire une offre regroup e et qui m'a permis de générer plus de 6000\$ en moins de 10 jours.

Vous pouvez utiliser cette technique pour 'booster' votre activité de marketing de réseau, ou simplement pour faire bondir votre portefeuille de quelques milliers de dollars.

Réalisez vos projets avec cette audio de 45 minutes



  l'intérieur de ce E-CD, vous je relève en détail comment et où trouver toute l'information dont vous aurez besoin pour dupliquer la méthode que j'ai utilisée.

Cliquez ici : www.offreregroupe.com

La récupération marketing

Maintenant, vous comprenez mieux la raison pour laquelle vous perdez la majorité des visiteurs de votre site web. [Que faire pour mettre un terme à cette fuite qui absorbe une grosse part de votre budget publicitaire?](#)

Voici ce que nous aborderons ensemble dans ce cours :

- ✓ **Comment récupérer une partie du 90 % des visiteurs qui ne reviendront jamais sur votre site ?** Un des problèmes que les entrepreneurs doivent surmonter, est que plus de 90% des visiteurs quitteront leur site et n'y reviendront jamais. Si vous investissez des sommes considérables en publicité, cela représente un problème d'envergure. Vous pouvez appliquer plusieurs méthodes afin de récupérer un pourcentage de ces visiteurs.
- ✓ **Augmenter considérablement votre ratio de vente.** Il existe diverses raisons pour lesquelles un internaute peut abandonner votre site web. L'important à retenir est comment il vous a trouvé, soit par les moteurs de recherche, une annonce classée, un courriel, etc. Il est rare qu'un internaute atterrisse sur un site par hasard, **ce qui signifie qu'il démontre un certain intérêt pour votre produit ou service.** Vous pouvez mettre sur pied un système automatisé qui recueille les informations de ces visiteurs, afin de pouvoir les relancer. Vous pourrez ainsi augmenter votre ratio de vente en répondant à leurs besoins.
- ✓ **Appliquez-vous à créer des pages interactives.** Voici un problème majeur que vous devrez résoudre. De nos jours, les internautes passent de plus en plus de temps devant l'écran de leur ordinateur. Ils sont habitués à rester passifs devant une page de vente. Aujourd'hui, vous ne devrez pas seulement les stimuler mentalement, mais physiquement aussi. Nous avons vu dans le cours précédent qu'un internaute qui engage une action sur un site à tendance à en effectuer une autre, qui peut facilement être sortir sa carte de crédit. Dans le cours 4, nous élaborerons plusieurs astuces à utiliser pour rendre vos pages interactives.

Ce n'est qu'un aperçu des 13 sujets que vous aurez l'opportunité d'approfondir.

Au nom de toute l'équipe Netprofit Blueprint, je vous remercie d'avoir pris le temps d'imprimer et de lire ce document. Notre objectif était de vous donner un aperçu de la qualité de l'information que vous trouverez dans la version originale de ce cours.

Il se peut que plusieurs stratégies ou techniques mentionnées **dans cette version démo vous soient complètement inconnues**. Je tiens à vous assurer que vous trouverez toute l'information nécessaire à l'intérieur du cours *Le Processus de Vente* pour les assimiler et les mettre en pratique.

De plus, nous vous offrons une consultation gratuite, afin de nous permettre de mieux cibler vos besoins et vous aider à atteindre plus facilement vos objectifs.

Vous pourrez aussi assister gratuitement à certaines de nos séances de formation sur les techniques mentionnées dans le cours. **Cliquez ici** : www.netprofitb.com/porte.html

- **Si vous avez des questions** avant de télécharger *Le Processus de Vente de NPBP*, vous pouvez me contacter directement par téléphone au **33 0 874 446 074 France** ou par courriel à l'adresse suivante : support@netprofitblueprint.com
- **Vous avez besoin d'un 'coup de pouce'** pour lancer votre activité en ligne, notre programme de tutelle est pour vous.
- **Rendez-vous sur le site** Netprofit Blueprint et découvrez les deux primes jumelées à ce cours.



Avis aux propriétaires de listes de diffusion, forum de discussion, newsletter, blog, sites à fort achalandage et toutes personnes ayant un lien avec ces personnes.

Vous recherchez un moyen d'optimiser vos revenus? Nous Sommes ouverts aux partenariats 'Joint Venture'.

Merci de l'intérêt que vous nous accordez. Nous sommes constamment à la recherche de nouveaux partenaires afin d'élargir notre créneau. Vous êtes propriétaire ou responsable du marketing pour une société, nous vous invitons à communiquer avec nous pour un éventuel partenariat 'Joint Venture'

Nous offrons :

- L'insertion d'un éditorial sur votre produit ou service dans notre newsletter bimensuel
- Une apparition comme produit-vedette sur notre blogue 'Les Découvertes du Mois'
- L'affichage de votre site sur notre page partenaire

Vous connaissez des personnes qui accepteraient un partenariat 'Joint Venture' afin de promouvoir nos produits, nous vous verserons jusqu'à **100\$ US** par client proposé, à l'acceptation d'un partenariat.

Pour plus d'information, veuillez consulter
www.netprofitb.com/partenariat.html

Vous êtes opportuniste et cherchez à générer des revenus supplémentaires en ligne.

Donnez gracieusement et recevez une généreuse ristourne chaque fois qu'une personne adhère au cours *Le Processus de Vente De NPBP*.

Question :

Comment m'y prendre pour générer des commissions en distribuant gratuitement cette version démo personnalisée à tous mes contacts, visiteurs sur mon site, membres de forums de discussion et listes de diffusion ?

Réponse :

Rien de plus simple, en optant pour la personnalisation de cette dernière.

Comment ?

En y insérant votre lien de parrainage. Vous recevrez un courriel vous indiquant qu'un internaute a téléchargé le cours Netprofit Blueprint, et une ristourne de **70\$ US** sera déposée à votre compte affilié.

Cette pratique, appelée aussi marketing papillon, vous permettra, en quelques semaines, de faire circuler votre livre personnalisé avec votre lien de parrainage, auprès de centaines d'internautes à la recherche d'informations gratuites en ligne. Sans trop d'efforts de votre part, vous pourriez recevoir des ristournes de façon régulière, tant et aussi longtemps que votre livre voyagera.

Personnalisez cette version démo du cours et recevez gratuitement le livre « Les 101 Astuces Marketing et Le Marketing Papillon ».

www.netprofitb.com/ppdf.html

TéléchARGEZ gratuitement la méthode que j'ai utilisé pour faire une offre regroup e et qui m'a permis de générer plus de 6000\$ en moins de 10 jours.

Vous pouvez utiliser cette technique pour 'booster' votre activité de marketing de réseau, ou simplement pour faire bondir votre portefeuille de quelques milliers de dollars.

Réalisez vos projets avec cette audio de 45 minutes



  l'intérieur de ce E-CD, vous je relève en détail comment et où trouver toute l'information dont vous aurez besoin pour dupliquer la méthode que j'ai utilisée.

Cliquez ici : www.offreregroupe.com