

SOMMAIRE

Introduction

1. Comprendre la conversion de vente
2. La valeur de vos conversions
3. L'art de vendre
4. Les bases
5. Pourquoi vous devez raconter une histoire dans votre page de vente
6. Les éléments qui comptent dans une page de vente écrite
7. Trois exemples de lettres de vente
8. Le "nouveau" processus de vente
9. Prenez les préférences de votre cible en compte
10. Visez l'émotion
11. Tarification : le rôle qu'elle joue dans vos pages de vente
12. Retour au suivi et aux tests comparatifs
13. Assurez-vous d'exploiter toutes les sources de vente possibles
14. Une page de vente conçue comme il faut
15. De meilleurs résultats avec un meilleur titre ?
16. Autres astuces
 - Écrivez différentes versions de vos pages de vente pour différents segments démographiques de votre cible
 - Vérifiez la lisibilité de vos mots-clés
 - Évitez les vidéos se lançant automatiquement
 - Écrire sur le ton de la conversation
 - Traitez votre bouton "Acheter" avec le soin qu'il mérite
 - Ne pensez pas vos mécanismes moteurs comme "séparés" de vos pages de vente
 - Lisez votre page de vente à haute voix
 - Mettez des photos dans vos témoignages

Pour conclure