



LE MARKETEUR
FRANÇAIS

La Machine à Vendre, épisode 3 :

Découvrez le Plan Complet de la Machine à Vendre !

Troisième épisode d'une formation simple et concrète pour automatiser votre marketing, vous libérer du temps et développer votre entreprise.



Votre Machine à Vendre : le Plan d'Action

Ce livret est un complément gratuit aux vidéos partagées gratuitement par la société de formation pour entrepreneurs, Le Marketeur Français.

Vous pouvez consulter les vidéos explicatives ici :

<http://lamachineavendre.com>

Vous allez découvrir dans ce livret :

- les 6 pièges qui vous bloquent et vous empêchent de faire grandir votre entreprise,
- le "mode d'emploi" en 4 étapes pour mettre en place votre Machine A Vendre et automatiser la vente de vos produits sur Internet,
- et je partagerai avec vous les 5 éléments essentiels qui composent la Machine ainsi que les 5 grands principes marketing que vous devez connaître et appliquer !

Les avantages d'une Machine à Vendre

Dans la première vidéo, vous avez découvert les avantages de vous créer une "machine à vendre". Je vous ai expliqué la sérénité, la croissance de chiffre d'affaires, et la liberté de temps qu'apportent cette méthode, et comment elle m'a permis de me lancer dans un "city shopping" pendant un an.

Nous sommes partis ma femme et moi faire un voyage d'un an autour du monde, pour découvrir certaines des villes les plus agréables de la planète et pour choisir où nous voulions nous installer pour vivre, en commençant par Barcelone, où nous sommes aujourd'hui.

3 Toboggans qui rapportent

Dans la deuxième vidéo de cette série, j'ai expliqué en détail un rouage fondamental de la Machine à Vendre, le Toboggan, et vous avez pu voir son application concrète à travers 3 exemples d'entrepreneurs qui ont automatisé leurs ventes dans des secteurs très différents avec cette méthode.

Vous pouvez visionner ces précédents épisodes en cliquant ici :

<http://lamachineavendre.com>

L'Architecture d'une Machine à Vendre

Aujourd'hui, je vais vous révéler comment aider un très grand nombre de personnes, démultiplier votre chiffre d'affaires et vous libérer du temps pour vos proches et pour vos passions. Je vais vous donner le plan complet de la fameuse Machine à Vendre.

Je donnerai aussi quelques détails au sujet d'un programme d'accompagnement que j'organise bientôt, pour vous conseiller personnellement dans la création de votre Machine à Vendre.

Comme je vous l'ai dit précédemment, nous sommes ici à Barcelone en Espagne.

Cette ville est notamment célèbre pour les œuvres de l'architecte Antoni Gaudí que l'on peut y admirer.

Sept d'entre elles font d'ailleurs partie du patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO, la plus célèbre étant la Sagrada Familia. Et tous les ans, 2.5 millions de visiteurs se pressent pour découvrir ce merveilleux monument - le plus visité de l'Espagne.

Ce monument est tellement bien pensé, que les visiteurs affluent aujourd'hui encore, des décennies après que Gaudi nous ait quitté.

Le plus remarquable, c'est que Gaudí n'a jamais achevé son œuvre ! Cela fait presque un siècle maintenant que les architectes se succèdent pour finaliser la Sagrada Familia.

Il y a trois parallèles importants entre l'histoire de la Sagrada Familia, et le marketing de votre entreprise.

Premièrement, **vous n'avez pas besoin de créer toute votre Machine à vendre pour commencer à aider vos premiers clients et faire rentrer vos premiers euros.**

Dans la précédente vidéo de cette série, je vous présentais **Joel BERNARD, qui réalise 12 000€ de chiffre d'affaires par mois uniquement avec la première pièce de la Machine, le Toboggan.**

Si vous n'avez pas regardé cette vidéo, je vous invite à aller la regarder en cliquant sur le lien en bas de page et à découvrir tout de suite quels éléments vous pouvez mettre en place dès maintenant pour créer votre premier toboggan.

Deuxième parallèle : une fois votre machine conçue, vous n'avez plus de problèmes de trafic. Grâce aux informations qu'elle vous renvoie, vous savez exactement ce que vous pouvez réinvestir pour acheter du trafic supplémentaire et vous déclenchez ainsi un effet boule de neige. Plus vous investissez, plus vous gagnez !

Enfin, troisièmement, dès que les premiers éléments de votre Machine sont en place, vous pouvez investir pour déléguer la maintenance à d'autres personnes et ainsi vous libérez du temps.

Combinez Créativité & Structure

L'une des grandes forces de **Gaudí** était de combiner une capacité créatrice hors du commun à une maîtrise des techniques de l'architecture.

Ce n'était pas juste un architecte : il s'intéressait à d'autres arts. **Il cherchait toujours des solutions nouvelles, il analysait les structures pour qu'elles s'intègrent harmonieusement à l'environnement existant.**

En créant ses palais, ses jardins, il prenait en compte aussi bien le côté fonctionnel que le côté décoratif.

Et votre communication doit suivre le même principe : les clients doivent rester intéressés.

Vous leur proposez le service ou le produit qu'ils demandent en vous appuyant sur la structure fiable d'une méthode marketing qui marche, mais vous l'enrobez de votre histoire personnelle à vous, de vos anecdotes : vous leur faites vivre la grande aventure !

C'est ainsi que vous m'avez peut-être déjà vu livrer un duel aérien au-dessus de Las Vegas avec Olivier Roland, ou soutenir publiquement des associations qui me sont chères comme Toit à Moi, une association caritative qui reloge les sans-abris, et World Teacher Aid, qui construit grâce à notre donation une école pour les enfants réfugiés du Kenya.

J'ai aussi partagé en vidéo avec les abonnés de ma newsletter le voyage autour du monde que j'ai réalisé avec ma femme Cécile, et filmé mes vidéos depuis le Brésil, l'Argentine, les Etats-Unis ou les Antilles.

Bref, je partage avec mes prospects **et clients des tranches de vie et je fais le lien entre ces expériences personnelles et mon message marketing.** Chacune de ces histoires a fait voyager mes prospects, tout en leur apportant un enseignement à chaque fois.

Les 6 pièges qui bloquent votre entreprise

Comme je vous l'ai promis, je vais vous présenter maintenant les 6 pièges qui vous bloquent et vous empêchent de faire grandir votre entreprise.

1. **Le premier piège est de ne pas automatiser** votre entreprise.

Vous faites tout "à la main. Cela peut vous paraître normal, surtout si vous débutez. Malheureusement, à tout faire vous-même, vous allez rapidement vous épuiser.

Cela limitera considérablement votre chiffre d'affaires, et plus grave, cela limitera l'impact que vous pouvez avoir autour de vous. Sans automatisation, vous n'avez pas une entreprise, vous avez un job.

2. **Le deuxième piège est d'attendre que tout soit parfait avant de vous lancer.**

C'est un piège très répandu parmi les entrepreneurs et vous vous dites peut-être "Je ne sais pas par où commencer, il y a tellement de choses à mettre en place avant de pouvoir vendre mes produits en ligne"

Seulement, si vous ne vous lancez pas, vos clients ne testeront jamais votre produit, vous ne saurez jamais s'il est vraiment fait pour eux et vous ne recevrez pas leurs retours pour optimiser votre Machine à Vendre et pouvoir vendre davantage.

Vous devez absolument commencer par une ébauche partielle de votre machine et tester si au moins cette ébauche fait des premières ventes, avant de construire le reste.

En 2010 je n'avais rien de parfait, rien de fait, pas de toboggan, pas de Machine à vendre. Et il n'y avait personne pour me montrer la voie.

Imaginez si j'avais attendu que tout soit parfait pour me lancer ! Je ne serais certainement pas là aujourd'hui avec vous pour vous aider à faire grandir votre entreprise.

Il faut être prêt à faire des erreurs, et à apprendre de ses erreurs. C'est la meilleure manière d'avancer.

3. **Le troisième piège est d'attendre d'avoir une liste de prospects**, ou d'attendre d'avoir du trafic, de se dire "Je démarre, je n'ai pas fait de Lancement Orchestré, pas de webinaires, je pense que la machine est l'étape d'après lorsqu'on a déjà réalisé des campagnes, fait ses premières ventes, que l'on a déjà une liste."

Vous imaginez peut-être construire votre liste peu à peu. Puis une fois la liste construite, proposer un produit à vos prospects.

Le problème, c'est qu'il y a un certain nombre de prospects sur cette liste qui auraient aimé acheter tout de suite votre produit et qui sont partis parce que vous ne leur avez rien proposé. Et il y a une foule de prospects qui sont simplement hors sujet.

Si vous construisez votre liste avant d'avoir pensé la future vente du produit, vous ne pouvez pas être sûr que ces prospect soient qualifiés pour le produit que vous allez vendre à la fin ! **C'est parce que vous avez une machine qui vend** que cela vaut le coup de lui amener du trafic. Pas l'inverse ! On ne distribue pas des flyers avant de savoir quel magasin on va créer !

Luc GEIGER, un entrepreneur que j'ai interviewé pour vous dans la précédente vidéo de cette série, a d'ailleurs fait les frais de cette erreur.

Heureusement, il s'est bien rattrapé ensuite. Je vous invite à découvrir ses résultats impressionnants dans son étude de cas si vous ne l'avez pas encore vu, en cliquant sur le lien en bas de page.

Donc, créez votre machine d'abord et apportez lui du trafic ensuite. C'est d'ailleurs pourquoi **je traite en profondeur le sujet du trafic web dans le dernier module de ma formation** La Machine à Vendre.

Ce module s'intitule "Comment amener des milliers de prospects ciblés dans votre Machine". Je l'enseigne en dernier parce que c'est seulement une fois que vous avez bâti le moteur, qu'il est ensuite temps d'y mettre le carburant.

4. **La quatrième erreur est d'improviser**, de vouloir tout faire tout seul sans l'aide d'un expert. Ce n'est pas impossible.

Vous pouvez effectivement vous lancer seul et expérimenter par vous-même ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas, avancer ainsi à tâtons.

Mais à quel prix ?! Vous allez perdre des années à réinventer la roue, si vous ne vous basez pas sur un système puissant et logique, qui a fait ses preuves.

J'ai pris le soin de décoder ce système pour vous, dans cette série de 4 vidéos et dans ma formation La Machine A Vendre, pour que vous puissiez avoir des résultats rapides sans être un pro du marketing.

L'atelier La Machine A Vendre sur lequel se base ma formation coûte 4995€.

Il s'agit d'un atelier exclusif, pour me rencontrer, travailler en présentiel en petit groupe avec moi et mettre en place en quelques jours toutes les pièces de sa machine à vendre.

Mais je devine bien que tout le monde ne peut pas se le permettre, et l'objet de cette vidéo aujourd'hui n'est pas de vous vendre mon atelier présentiel. Ou plutôt si. Cette vidéo m'aide à vendre mon atelier de façon indirecte.

Je sais que si j'aide le plus grand nombre d'entrepreneurs possible avec mes vidéos, alors un petit nombre d'entrepreneurs comme vous vont vouloir aller plus loin, mettre tout en place avec mon aide.

C'est donc à mes yeux la meilleure façon de vous montrer comment mon atelier et mon accompagnement peuvent vous aider.

5. Le cinquième piège est de ne pas se donner un délai.

Selon mon expérience, il faut un peu de temps pour faire le schéma de votre Machine, puis la mettre en place. Et si vous n'avez pas quelqu'un pour vous faire avancer et garder le rythme, les petits détails insignifiants du quotidien vont toujours reprendre la main.

Le programme de formation et de coaching en ligne que je mets sur pied dure 12 semaines. Cela veut dire que pendant 3 mois, vous savez que vous apprenez étape par étape les éléments à mettre en place pour votre Machine, et que vous avez le regard d'un expert pour être sûr d'avancer dans la bonne direction.

6. Le sixième et dernier piège est de se dire "Mais mon cas à moi est différent !"

Par exemple "J'ai une boutique en ligne, je vends des produits physiques, ou j'ai un magasin physique et un site catalogue et je ne vois pas comment la machine peut s'appliquer."

Dans ce cas c'est simple : cherchez des parallèles avec votre entreprise, adaptez les conseils à votre cas spécifique. J'ai accompagné des milliers d'entrepreneurs et j'ai construit des dizaines de Machine A Vendre. Et elles sont toutes différentes !

Vous l'avez vu dans les interviews que j'ai publiées ces derniers jours: chacun des entrepreneurs qui a suivi mes conseils pour créer sa Machine à Vendre, l'a fait "à sa propre

sauce”. **Vous connaissez votre marché, votre produit, vos valeurs.** Votre entreprise est unique, votre Machine A Vendre doit l’être également.

Le Mode d’Emploi de votre Machine

Nous venons de voir les 6 pièges à éviter absolument, parlons maintenant du Mode d’emploi de votre machine.

4 étapes pour construire votre Machine

Avant de vous donner la structure de la Machine, c’est-à-dire les pièces détachées, voyons ensemble l’approche en quatre étapes pour mettre rapidement en place votre Machine A Vendre.

Première étape : Imaginer et dessiner

Vous devez faire le dessin du parcours que vous voulez faire vivre au prospect. Prenez une feuille, des feutres de plusieurs couleurs et faites un schéma. Ne commencez JAMAIS par écrire.

Le fait de représenter visuellement votre machine, à partir des éléments que je vais vous donner aujourd’hui, vous permettra de concevoir un système fluide, qui aura du sens. N’écrivez pas le moindre email, le moindre script, avant d’avoir d’abord imaginé et dessiné la vision d’ensemble.

Deuxième étape : S’inspirer et Esquisser

Créez un premier jet en vous basant sur les exemples concrets que je donne dans la formation, ou sur des campagnes que vous avez déjà utilisées avec succès dans le passé. **Ne réinventez pas la roue** au risque de perdre beaucoup de temps et d’énergie. **Et surtout rappelez vous : “fait vaut mieux que parfait”.**

Ne cherchez pas à faire la “machine parfaite” dès le premier jet. Vous avancerez toujours plus vite et plus loin avec une petite machine imparfaite qui tourne qu’avec une machine parfaite qui ne dépassera jamais le stade du schéma sur votre papier.

Troisième étape : Améliorer et optimiser

Votre machine est certes imparfaite au départ, mais elle tourne ! Elle vous apporte déjà un premier résultat. Votre objectif maintenant est d’optimiser ce résultat et d’améliorer votre Machine A Vendre.

Par exemple, la première Machine que j’ai conçue pour vendre mon livre rapportait 15 euros par livre vendu. Malheureusement, cela nous coûtait 30 euros de pub pour vendre un livre. Comme vous le voyez, elle était loin d’être parfaite !

Avec mon équipe, nous avons donc décidé de revivre tout le processus comme le vit un prospect. Nous avons fait les modifications dans ce toboggan pour le rendre plus dynamique, plus pertinent.

Du coup il rapporte maintenant en moyenne 50 euros par acheteur de livre. Nous sommes donc passés d'une machine qui tournait, mais nous faisait perdre de l'argent pour chaque livre vendu, à une machine qui nous fait gagner plusieurs dizaines d'euros par livre. Quand on sait que je vends des milliers d'exemplaires, la différence est énorme ! Et cette différence vient de quelques petites optimisations très simples.

Quatrième et dernière étape : Observer et contrôler

Vous avez "la main" sur ce qui se passe dans votre machine, vous avez le contrôle. C'est un des gros avantages de la Machine. Enfin un peu de contrôle dans ce monde plein d'incertitudes !

Vous pouvez influencer sur le volume de ventes que vous souhaitez obtenir, la marge que vous voulez faire, tester différents prix et différentes offres, bref, vous pouvez ajuster et voir les résultats de vos actions en temps réel au lieu d'avoir l'impression de tâtonner dans le noir.

Vous le voyez, mettre en place sa Machine À Vendre, ce n'est pas bidouiller un gadget ou faire un peu de technique. C'est mettre en place un ensemble cohérent où chaque pièce apporte un peu plus de force et de stabilité à l'ensemble.

Les 5 pièces qui forment la Machine

Je vais maintenant vous présenter chacune des 5 pièces qui forment la Machine à Vendre.

La première s'appelle le "Toboggan".

Je vous recommande de noter ce premier Principe Marketing Essentiel :

À retenir :

« Un prospect ne sera jamais plus chaud que dans les premières minutes et les premiers jours qui suivent son premier contact avec votre entreprise. »

- Sébastien Night

Il faut donc démarrer la relation avec lui très vite pour le mettre en confiance et l'amener à acheter votre produit rapidement, avant qu'il ne refroidisse.

Dans la précédente vidéo de la série, je vous ai expliqué en détail l'étape du "Toboggan".

C'est une courte séquence d'emails de quelques jours seulement, que vous devez envoyer à vos prospects pour créer de la confiance et pour les inciter à réaliser rapidement leur premier achat.

Le Toboggan

Dans le Toboggan, on ne leur parle que d'un seul produit, et on concentre leur attention sur une seule offre.

Je vous ai aussi montré des exemples concrets d'entrepreneurs qui appliquent cette méthode du Toboggan pour vendre leurs produits de façon continue, en automatique.

Pour que cela fonctionne, **vous ne pouvez évidemment pas** envoyer vous-même, individuellement, chaque email à chaque prospect qui visite votre site web ! Non, **on va utiliser un outil tout simple**, qui s'appelle un Contacticiel.

C'est l'outil qui gère tous vos contacts avec vos prospects et clients, certains l'appellent aussi un "auto répondeur".

C'est un petit logiciel en ligne, qui recueille les adresses email de vos prospects, et envoie à chaque personne les messages que vous avez programmés à l'avance.

Et ça m'amène à répondre à une question qui revient souvent : "Sébastien, j'adorerais utiliser toutes tes stratégies marketing, mais Je pars de zéro et je n'y connais absolument rien en technique, est-ce que je vais vraiment réussir à mettre en place un tel système ?"

Si vous partez de 0

La vidéo d'aujourd'hui n'est pas une vidéo de conseils techniques.

Mais pour répondre à cette question, permettez-moi de vous dire quelques mots au sujet de la formation.

Dans ma formation, je vous explique pas à pas comment assembler les rouages de votre Machine, concevoir vos pages, vos séquences emails, le processus complet de votre marketing. Je rentre donc beaucoup plus dans le détail sur les éléments marketing, que ce que je peux faire dans un format court comme la vidéo gratuite d'aujourd'hui.

Mais je ne m'arrête pas là : Je vous donne également accès à ma "boîte à outils": **je vous indique quels sont les outils** les plus simples pour automatiser votre Machine à Vendre. La plupart de ces outils sont gratuits, et j'ai négocié pour les autres un tarif spécial pour qu'au total l'ensemble des outils ne coûte que quelques dizaines d'euros par mois.

Et pour vous faciliter la tâche, mon équipe et moi avons pris le temps de créer des tutoriels en vidéo pour vous expliquer pas-à-pas l'utilisation de chaque outil.

Si vous êtes comme moi, vous n'avez aucune envie de mettre les mains dans le cambouis. Donc nous vous expliquons comment utiliser les fonctions essentielles de chaque outil, sans que vous ayez besoin d'être un technicien du Web.

Je viens de vous parler du toboggan, la première pièce de la Machine, et avant de vous expliquer la seconde, il y a un point très important que vous devez comprendre : **la Machine est modulaire**.

Vous **pouvez vous contenter de ne faire qu'un** seul toboggan et avoir déjà de superbes résultats. **Chaque engrenage de plus que je vais vous présenter** maintenant est un moyen de passer au niveau supérieur, de démultiplier le nombre de personnes que vous

accompagnez, d'augmenter votre chiffre d'affaires, de réduire votre temps de travail.

Le Parc d'Attraction

L'engrenage qui vient après le toboggan, la deuxième partie majeure de la Machine, c'est le Parc d'Attractions.

Il s'agit d'une liste spéciale dans laquelle vont se placer les prospects qui n'ont pas encore acheté votre produit suite aux emails du premier toboggan.

Cette deuxième pièce de la Machine se base sur un autre grand principe du marketing :

À retenir :

« Vous devez cibler votre communication pour que chaque prospect ait le sentiment que vous lui parlez directement. »

- Sébastien Night

De cette manière, vous fidélisez votre prospect et vous évitez qu'il ne s'en aille ou pire, clique le bouton "ceci est un spam". Vous ne devez surtout pas "balancer" un message identique à une liste. Vous devez communiquer de manière personnalisée avec chaque prospect.

Voyons donc maintenant ensemble le fonctionnement concret de ce Parc d'Attractions. Deux cas peuvent se présenter. Soit vous avez plusieurs produits, soit vous avez un seul produit.

Si vous avez plusieurs produits, imaginons par exemple que vous ayez une société dans le bien-être. Vous pouvez proposer des suppléments alimentaires pour les prospects qui ont des soucis de digestion et vous pouvez proposer des conseils pour bien s'asseoir au travail pour les prospects qui souffrent de mal de dos. **La thématique générale de votre société est le bien-être, mais vous résolvez plusieurs problèmes différents. Donc tout ce que vous proposez, n'intéresse pas forcément tous vos prospects. Vous devez proposer le bon produit au bon prospect.**

Pour ce faire, **vous allez créer plusieurs toboggans**. Chaque toboggan ne parle que d'un seul produit, et a pour objectif de résoudre un problème précis en proposant un produit précis. **En créant votre Parc d'Attractions, vous allez donc simplement guider** chaque prospect vers le toboggan qui va promouvoir le produit qui lui correspond.

Le Parc d'Attractions est donc une série de messages qui proposent des contenus gratuits liés aux thématiques de chacun de vos toboggans.

Pour revenir sur l'exemple précédent, quand le prospect clique pour regarder une vidéo qui parle du sujet "Problème digestif", il vient de se "segmenter", c'est-à-dire qu'il vient d'indiquer que ce sujet l'intéresse. On va donc automatiquement le placer dans le toboggan associé aux problèmes digestifs, pour lui proposer le supplément alimentaire sur les soucis digestifs.

C'est ce qu'on appelle une "segmentation comportementale".

Autrement dit, je n'ai mis en place ce Parc d'Attraction qu'une seule fois, et **grâce à ce système ma Machine a Vendre sait automatiquement** que Michel est intéressé par les sujets A, B et C, et que Paul est intéressé par les sujets D, E, et F. Le système va donc automatiquement envoyer des emails différents à Michel et à Paul. Ils n'ont pas les mêmes intérêts donc on communique avec eux différemment.

Je vous ai dit qu'il y avait deux possibilités, et je viens de vous expliquer le cas où vous avez plusieurs produits.

Voyons maintenant ce qu'il se passe :

Exemple : si vous avez un seul produit

Si vous n'avez qu'un seul produit. Dans ce cas, **vos différents toboggans vont inclure des offres différentes pour le même produit.** Ils vont mettre en avant différents bénéfices de ce produit.

Prenons un exemple concret. J'ai dirigé une école de danse pendant plusieurs années. Disons que j'ai choisi de vendre une croisière de 7 jours avec des stages de danse tous les jours. C'est mon produit.

Dans le toboggan A, je vais mettre en avant le côté voyage, dépaysement, et je vais proposer une offre "achetez aujourd'hui, recevez en cadeau l'expédition guidée lors de l'escale de La Havane".

Dans le toboggan B, je vais mettre en avant le côté familial, et je vais faire une offre "pour 2 places achetées, une place enfant offerte" et mettre en avant que nous incluons une baby-sitter.

Donc maintenant, mon Parc d'Attractions va contenir des messages qui me permettent de segmenter, c'est à dire de repérer les intérêts particuliers de chaque prospect : est-ce que mon prospect est un amoureux du voyage ? ou bien est-ce une mère de famille ? Une fois que le système connaît cette information, je suis sûr que ma communication va faire mouche.

Pour moi, ce dernier point est particulièrement important et j'aimerais que vous le notiez. En entendant le terme "Machine" à vendre, et en commençant à envisager d'automatiser votre marketing, vous vous êtes peut-être dit, comme je l'ai vu dans certains commentaires :

"Sébastien, j'ai vraiment envie d'avoir plus de temps, et surtout plus de régularité dans mon chiffre d'affaires en faisant des ventes en continu. Mais j'ai peur de perdre le contact avec mes clients, ou de créer un système trop copier-coller, trop impersonnel."

Une Machine... à dimension humaine

Comme je viens de l'expliquer, un tel système permet au contraire de se focaliser sur l'essentiel : proposer à chaque client uniquement le contenu et les produits qui lui conviennent le mieux. Du coup, vous ne faites des offres commerciales que pour des

produits qui peuvent résoudre les problèmes de ce prospect en particulier.

Non seulement vous permettez à chaque prospect de vivre un parcours unique et personnalisé, mais en plus, vous dégagéz du temps et de l'argent pour organiser des événements vraiment marquants, vous centrer sur vos nouveaux produits et répondre de façon encore plus percutante aux attentes de vos clients.

La Machine est un outil fascinant parce que vous ne délaissez plus personne.

Aujourd'hui sur Internet, grâce à quelques outils incroyablement simples, vous pouvez être partout à la fois et apporter de la valeur à des clients partout dans le monde, 24 heures sur 24, et réaliser des ventes même pendant votre sommeil.

Le Jacuzzi

Abordons maintenant la troisième partie de la Machine A Vendre : le Jacuzzi.

Nous venons de voir qu'avec le Parc d'Attractions, le prospect reçoit une série de mails automatiques qui vous permet de déterminer quels sont ses besoins particuliers à lui, pour l'orienter ensuite vers le produit dont il a besoin. Mais cette séquence automatique a forcément une fin.

Au début, votre Parc d'Attraction comptera peut-être 5 mails, ou 10 mails... **Mais avec le temps, vous en ajouterez d'autres.** Au bout de cinq ans, notre Parc d'Attractions du Marketeur Français compte aujourd'hui 80 mails environ. Même avec une séquence de 80 emails, ce qui fait environ 8 mois, il arrive bien un jour où le prospect reçoit le dernier mail de cette séquence.

On pourrait penser que si le prospect n'a rien acheté au bout de 80 emails, c'est qu'il n'est plus intéressé par nous et qu'il vaut mieux le faire sortir de notre liste.

Mais voici un chiffre qui vous fera réfléchir : l'an dernier, plus de cent mille euros de notre chiffre d'affaires provenait de prospects qui avaient pris plus de 3 ans avant de se décider à faire leur premier achat. Imaginez la perte sèche si j'avais décidé de supprimer ces personnes de ma liste email !

Voici donc l'objectif du Jacuzzi : continuer à apporter régulièrement de la valeur aux prospects qui sont sortis de votre parc d'attractions. Une fois qu'un prospect a reçu le dernier email automatique du Parc d'Attractions, vous allez le déplacer dans une autre liste, le Jacuzzi. Vous envoyez alors régulièrement du contenu sur cette liste : des articles de blog, des podcasts, ou les promotions du moment. Et au bout d'un moment, vous re-déplacez votre prospect au début de votre Parc d'Attractions. Et c'est reparti pour un tour !

Pour faire vivre cette liste Jacuzzi, vous devez donc créer du contenu de façon régulière.

Rassurez-vous ! Si vous optez pour la création de vidéos, vous n'avez pas besoin de faire des vidéos aussi élaborées que les miennes. Au départ, je faisais simplement mes vidéos avec un téléphone. Puis j'ai amélioré la qualité vidéo à mesure que je prenais de l'aisance... et que mes ventes et mon budget me donnaient de plus gros moyens.

Il nous reste encore à voir 2 éléments clefs de la Machine. A ce stade, vous avez déjà appris 3 outils extrêmement rentables, et on pourrait être tenté de s'arrêter là. Mais, je m'adresse à des entrepreneurs ambitieux, donc imaginons : vous gagnez déjà 50 000 euros

par mois avec quelques toboggans, comme certains des entrepreneurs que j'ai interviewé dans mes vidéos précédentes.

Est-ce que vous vous arrêtez là ? Et si je vous permettais de doubler ce chiffre, en ajoutant seulement 2 pages sur votre site ? Est-ce que vous êtes partant ? Alors attaquons tout de suite rapidement les deux dernières composantes essentielles de la Machine.

Fidélisez vos clients : l'Escalier Sans Fin

La quatrième partie de la Machine, c'est le système qui vous assure que vos clients découvrent tous les produits de votre catalogue, n'en achètent pas qu'un seul à la fois mais plusieurs, et continuent d'acheter au fur et à mesure de leur vie de client, comme cela se passe normalement dans une entreprise saine.

Il repose sur le grand principe marketing suivant :

À retenir :

« Vos clients sont vos meilleurs prospects. »

- Sébastien Night

Cela vous coûte beaucoup moins cher de convaincre un ancien client de passer à l'achat qu'un prospect froid.

Lors d'une de mes campagnes marketing récentes, j'ai mesuré que mes anciens clients ont 60 fois plus de chances d'acheter un produit supplémentaire que des prospects qui n'ont jamais rien acheté.

C'est pourquoi vous devez mettre en place un système qui encourage cette fidélisation de vos clients.

Ce système, c'est l'Escalier sans fin. Il s'agit d'une séquence de deux pages, et quelques emails, qui amènent vos clients à vous acheter toujours davantage de produits.

Prenons un exemple. A chaque fois que je vends un nouveau livre, un certain pourcentage des acheteurs choisit de me prendre également une formation vidéo, ou deux, ou un coaching, etcetera.

Au final, je vous l'ai dit plus tôt, en moyenne je gagne 50 euros à chaque fois que je distribue un livre que je vends pourtant 17 euros.

C'est possible grâce à la magie des "ventes additionnelles", aussi appelées "upsells".

Dans la formation Machine à Vendre, je vous donne les scripts, les pages, et les emails nécessaires pour mettre en œuvre cet Escalier sans fin de produits et de services sur votre propre site. **Je vous y livre les 4 méthodes les plus puissantes pour faire ces fameuses ventes additionnelles.** Mais pour vous permettre de tester dès aujourd'hui la force de cet outil, j'ai décidé de vous en révéler deux.

Deux méthodes pour doper vos ventes

La première méthode vient juste avant la vente, c'est ce que les américains appellent un "Pre-Order Bump", et que mes clients surnomment simplement le "Carré Magique".

Il s'agit d'une simple petite case à cocher que vous rajoutez sur la page de vente de votre produit et qui propose à votre prospect de compléter son achat par un deuxième produit. **Si vous le faites astucieusement, 40 à 60 pourcent** de vos clients vont cocher cette case et acheter donc l'option supplémentaire.

La seconde méthode vient juste APRES la vente.

Suite à l'achat vous amenez le visiteur sur une page spéciale qui confirme son achat, et qui lui propose un autre produit. Quand il clique sur le bouton « oui », le nouveau produit est automatiquement ajouté à sa commande.

Ces 2 méthodes prennent quelques secondes à peine à mettre en place avec une plateforme de paiement performante, comme par exemple celle que j'utilise, qui s'appelle PrestoPay.

Comment déléguer votre Machine

Une petite parenthèse : si vous envisagez de rejoindre ma formation, mais que vous détestez les aspects techniques. Je comprends que vous ne voulez pas devenir un technicien du Web.

Donc dans la formation en ligne, je vous apprend aussi comment faire pour déléguer la mise en place et l'entretien de votre machine.

Je co-présente ce module avec mon équipe : mon **Marketeur** et rédacteur publicitaire, mon **webmaster**, mon **directeur** commercial, ma **responsable** du service client, et mon **Directeur** des opérations. **Ainsi vous saurez comment recruter** des personnes compétentes si vous voulez former une équipe, et comment communiquer avec cette équipe pour qu'elle puisse mettre en place votre Machine et la faire tourner, même en votre absence.

Fin de la parenthèse. Il ne nous reste plus qu'une pièce de la Machine à voir ensemble !

Un secret pour doubler vos ventes

Le cinquième et dernier élément de la Machine est un secret méconnu pour doubler les ventes d'une entreprise en ligne. **Savez-vous aujourd'hui combien d'internautes visitent votre site**, décident d'acheter un de vos produits, cliquent sur le bouton d'achat ou sur 'ajouter au panier'... **et ensuite s'en vont sans avoir fini** leur commande ?

Mon expérience en ayant conseillé 3000 entrepreneurs ces 5 dernières années est que très peu d'entre eux mesurent ce fléau, qu'on appelle l'Abandon de panier. Et pourtant, à chaque fois que j'ai poussé un entrepreneur à mesurer ce chiffre, le résultat était effarant : le taux d'abandon moyen pour un site de vente est proche de 80%.

Cela veut dire que si vous faites 20 ventes par mois aujourd'hui, eh bien il y avait 80 autres clients qui ont tenté de passer commande, mais qui ont laissé tomber en cours de route. Si vous utilisez un système comme Paypal, ce taux peut atteindre 90%. Après tous les efforts que vous avez fournis pour faire la vente, vous laissez 90% de votre chiffre d'affaires s'envoler en fumée !

Le cinquième et dernier élément de la Machine qui vous permet de réduire ce taux d'abandon de panier, je l'appelle le Ticket de Seconde Chance.

Il s'appuie sur un des principes marketing les plus importants :

À retenir :

« Tout ce qu'on mesure, s'améliore. »

- Bob Parsons

Je vous conseille donc dès aujourd'hui de mesurer combien de personnes cliquent sur votre bouton d'achat, et combien de personnes achètent effectivement. Vous pourrez alors en déduire votre taux d'abandon de panier.

Dans ma formation Machine à Vendre, je vous explique comment vous prémunir de ce fléau.

Le module consacré aux abandons de panier, vous expliquera la fameuse stratégie de la "seconde chance". C'est sans doute le module de formation le plus rentable que vous aurez jamais suivi : si vous avez déjà des produits en vente, alors vous pouvez facilement doubler votre chiffre d'affaires en suivant ce module.

Il y a des techniques extrêmement simples pour limiter ou éliminer les abandons de panier, et je vous aiderai à les mettre en place.

Par où commencer dans votre cas précis ?

Voilà ! Nous avons vu aujourd'hui énormément d'éléments.

Vous avez découvert les 6 pièges qui vous bloquent et vous empêchent de faire grandir votre entreprise.

Vous avez vu les 4 étapes pour mettre en place votre Machine A Vendre.

Et bien évidemment, nous avons détaillé ensemble les 5 rouages essentiels de la Machine A Vendre. Je veux vous donner un dernier conseil pour que vous sachiez quoi faire exactement maintenant, par quoi commencer.

J'ai fait le choix de vous présenter aujourd'hui les pièces de la Machine dans un ordre logique. C'est l'ordre dans lequel on comprend le plus facilement, c'est l'ordre pédagogique. Maintenant, selon votre situation, vous n'allez pas forcément commencer dans le même ordre que mon explication.

Il y a 3 cas différents, en fonction de votre degré d'avancement.

Premier cas, si vous êtes comme Joel Bernard, le professeur de golf :

Vous avez déjà un système automatisé basique, avec un ou deux toboggans. **Votre priorité est alors de concevoir** votre Parc d'Attractions pour segmenter vos prospects dans vos différentes listes, pour communiquer avec chaque prospect sur la thématique qui l'intéresse le plus. **Comme cela**, il est à tout moment dans le toboggan qui lui correspond le mieux.

Deuxième cas. Si vous avez déjà une activité, mais pas de système automatisé pour vendre vos produits :

Vous allez concevoir votre toboggan en vous inspirant des messages de vente qui marchent déjà pour vous.

Dans la formation, vous verrez des études de cas avec des toboggans très différents : certains utilisent deux vidéos, d'autres ont plus de 10 vidéos, et enfin certains n'utilisent pas de vidéos du tout, et se contentent de communications par email.

Donc, même si vous n'êtes pas un pro de la vidéo, vous n'avez aucune excuse !
Commencez à créer votre Toboggan dès maintenant.

Troisième et dernier cas. Si vous vous lancez, vous ne savez pas encore vendre votre produit :

Créez d'abord l'esquisse de votre premier toboggan, puis réalisez une première version, même imparfaite. Et ENSUITE, vous allez vous concentrer sur les activités qui amèneront des prospects vers ce toboggan : bloguer, publier des vidéos, écrire des articles invités, faire du référencement, aller chercher des partenaires, etc.

Souvenez-vous de Gaudi : il n'a fait qu'une partie de sa Machine, il a dessiné le plan, et elle fait des millions de visites et de ventes !

En décortiquant ma Machine A Vendre, j'ai partagé avec vous le parcours que vit un client potentiel lorsqu'il s'inscrit sur mon site pour recevoir un cadeau gratuit : c'est une véritable aventure qui lui apporte à la fois du contenu, de la valeur et la possibilité de trouver le produit idéal pour résoudre son problème spécifique.

Arrivé ici, vous vous posez peut-être une question : une fois qu'elle est sur pied, comment faire pour amener des milliers de visiteurs vers ma Machine A Vendre ? C'est justement ce que je vais vous révéler dans la prochaine et dernière vidéo de cette série.

D'ici quelques jours à peine, j'ouvre les inscriptions pour ma formation en vidéo "La Machine à Vendre". Dans ce programme, je vais vous accompagner pendant 12 semaines pour mettre en place votre Machine, automatiser votre marketing, et vous libérer du temps ; tout en vous assurant la sérénité d'un chiffre d'affaires en croissance constante.

Comme à chaque fois que je lance une nouvelle session de formation, les inscriptions ne resteront pas ouvertes très longtemps : j'ouvre les inscriptions ce mardi et dès que j'aurai atteint le nombre d'inscriptions visé pour cette session de la formation, je fermerai les portes pour plusieurs mois.

Lors d'un de mes derniers lancements pour une formation de ce type, toutes les places se sont arrachées en 6 heures chrono ! Si vous êtes intéressé par mon accompagnement dans La Machine A Vendre, soyez donc bien au rendez-vous ce Mardi matin quand je publie la prochaine vidéo.

Dans cette quatrième et dernière vidéo, je vous expliquerai toutes les modalités d'inscription et je vous dévoilerai mon offre irrésistible pour cette formation La Machine a Vendre! Je vous donnerai aussi mes conseils pour amener des milliers de prospects ciblés dans votre Machine.

Ce que vous devez faire maintenant

D'ici là, **vous avez certainement d'autres questions** sur la Machine à Vendre et sur mon offre d'accompagnement ; **c'est le moment de les poser !** Laissez-moi **un commentaire ci-dessous**. Mon équipe et moi, nous lisons tous les messages postés sur ce site, et nous vous répondrons personnellement !

C'était Sébastien le Marketeur Français, je vous retrouve donc dans la prochaine vidéo pour vous accompagner personnellement dans la création de votre Machine à Vendre !