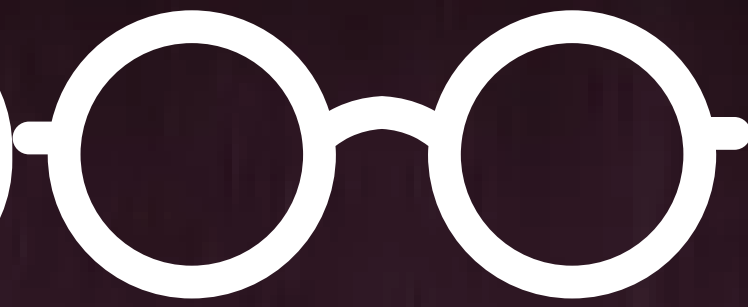


COMMENT CAPTurer LES E-MAILS DE VOS PROSPECTS



Ma vision



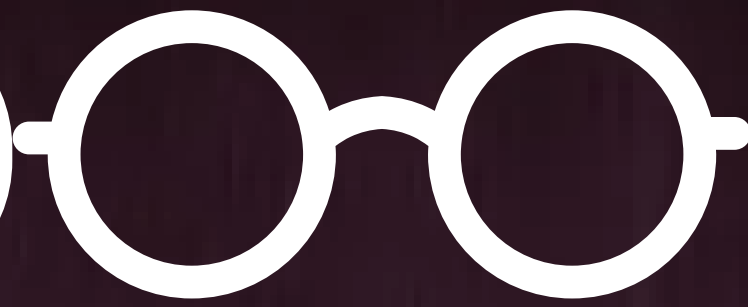
Vous venez de créer un merveilleux e-book

(ou réaliser un quiz, proposer un test...
peu importe).

Ce qui est certain :

vous avez tout donné pour entamer la
parade nuptiale avec vos prospects.

Ma vision



j

Votre objectif est simplissime :

Récupérer une adresse e-mail qui ...

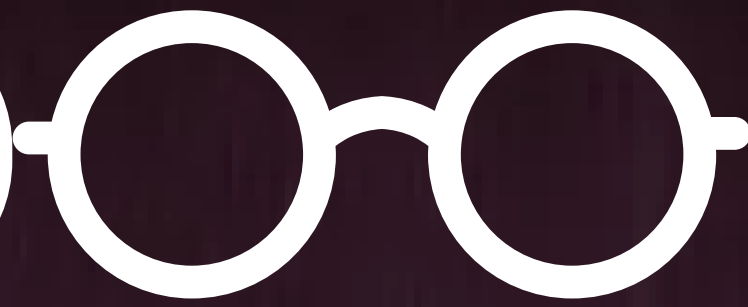
Ma vision



... vous servira ensuite à promouvoir vos offres payantes (via votre newsletter, une séquence e-mail.)

(oui, les pâtes au beurre, c'est bon, mais avouez, si vous pouvez y glisser de la truffe, ça donne quand même bien plus de goûts)

Ma vision



j

En cliquant sur le lien pour récupérer
l'objet de son désir, ton lecteur va atterrir
sur **une page de destination...**

Ma vision



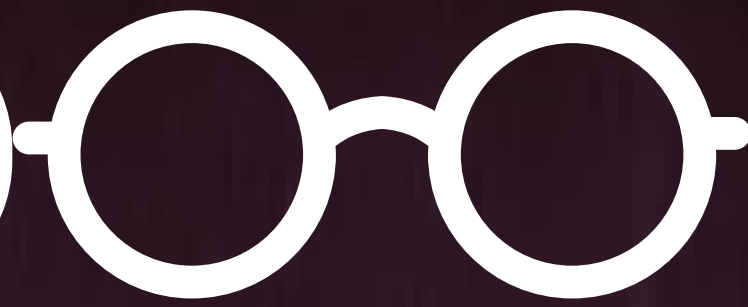
j

... dont l'unique objectif est de justifier
tous les efforts réalisés précédemment
dans le haut de tunnel de vente

(contenu gratuit, payant, webinaires, etc
...)

En récupérant ce fichu mail !!!

Ma vision

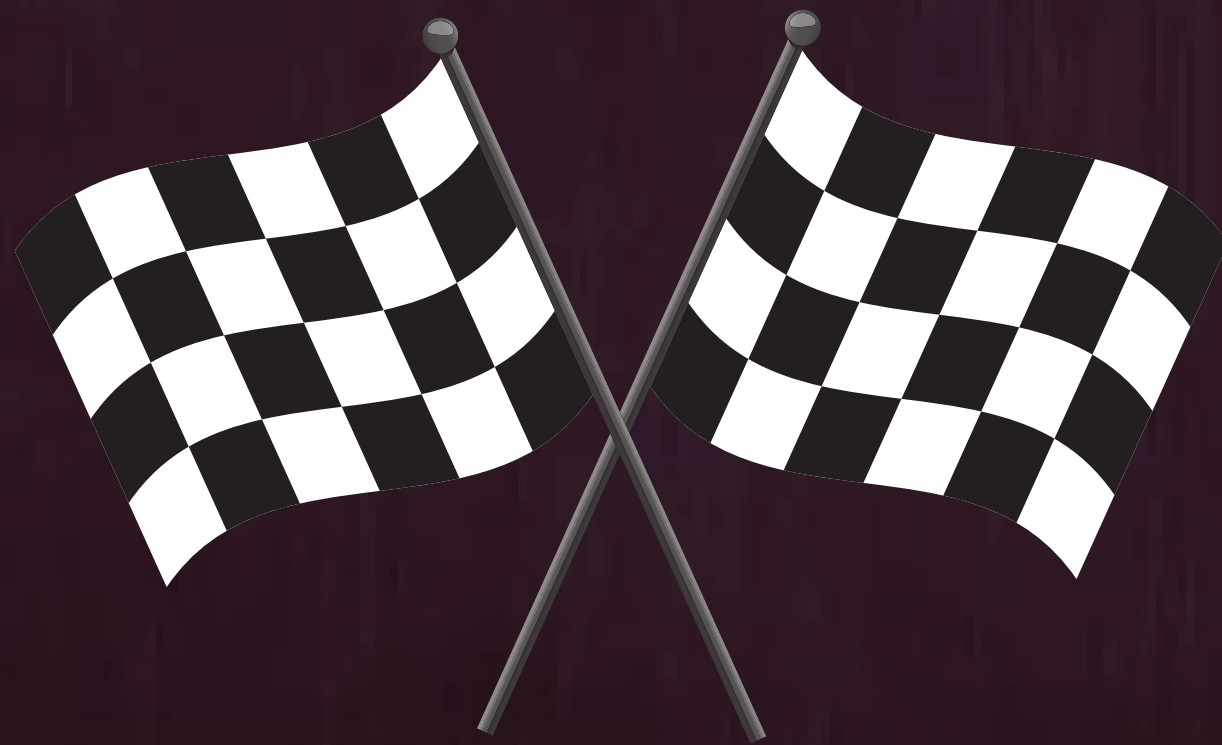


j

(Les pages de destination contribuent à
augmenter vos taux de conversion et à
réduire votre coût d'acquisition)

j
Alors aujourd'hui,

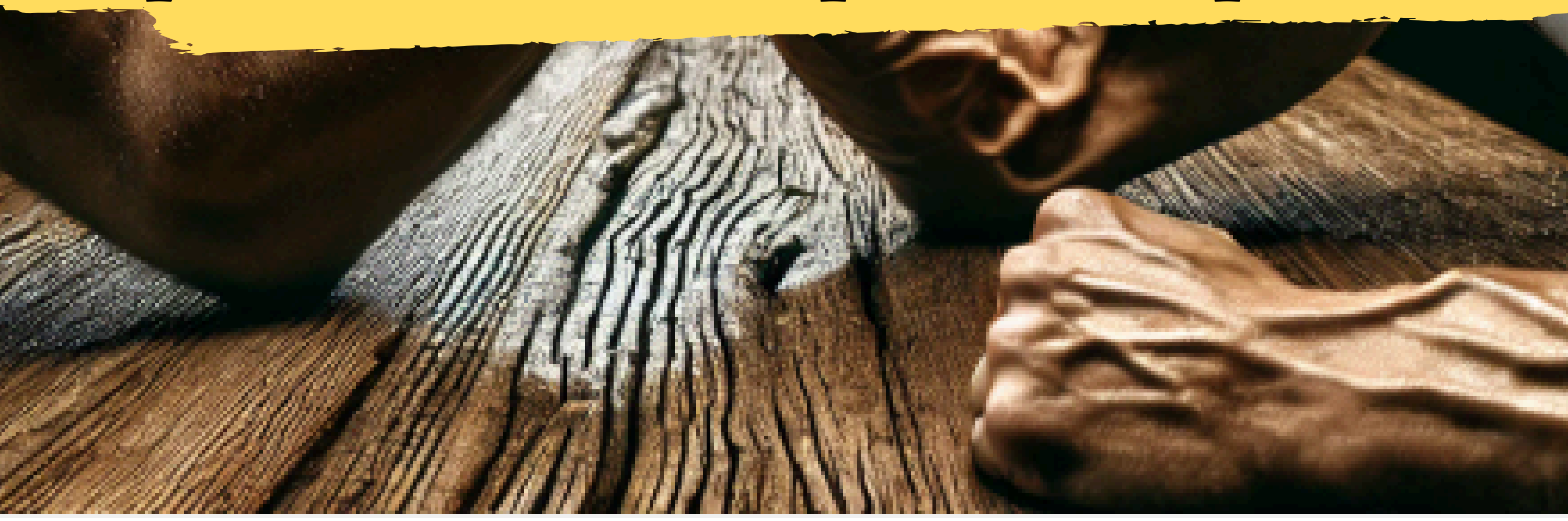
je vous présente :





4 éléments

**qui doivent OBLIGATOIREMENT être
présent sur votre page de capture**



1

Le titre

Il représente l'engagement que vous prenez vis-à-vis de la personne qui vous aura confié son e-mail.

j

Cela peut être : un résultat, une méthode,
une solution spécifique...

👉 Exemple : la check liste en d'une page
de vente réussie

2

Un sous-titre

Il renforce la spécificité du titre et en dit un peu plus sur la valeur délivrée.

j
👉 Exemple : comment ne plus passer à
côté de l'essentiel et construire un
message qui VEND

J'allais oublier... de me présenter

**Je crée des idées qui vous aident à vendre plus et
vendre mieux**



**Amateur de :
tartes aux
myrtilles et de
basket (ceci
compense cela ...)**

**Mes outils :
Stratégie de
contenu, pages
de vente,
e-mails...**

**20 ans d'expérience dans la communication,
la vente, le marketing**

3

LE CALL-TO-ACTION

Le titre de ton bouton peut bénéficier d'un verbe d'action.

j

👉 Exemple : je réussis ma page de vente.

4

UNE PHRASE QUI EXPLIQUE... ET RASSURE

Laisser son adresse mail est un acte engageant.

Certes ce n'est à priori pas une question de vie ou de mort, mais votre prospect peut marquer un temps d'hésitation qui te sera fatale.

Alors, ne soyez pas avoir de quelques mots
pour faire dissoudre ses derniers doutes

👉 Exemple :

Tu acceptes, en laissant ton e-mail, de
recevoir d'autres messages de ma part. Je
m'engage à ne pas louer ou vendre tes
coordonnées et tu peux te désinscrire à
tout moment..

Conclusion

j

Réussir son tunnel de vente ne tient pas du miracle, mais d'une attention soutenue aux moindres détails.

La page de capture n'est qu'un exemple.

Vous souhaitez bénéficier d'un
tunnel ou d'une page de vente qui
génère **réellement**
des ventes ?

Envoyez **“Écriture”** en DM
et on échange sur votre projet.