

“ Les 7 Tactiques Pour Augmenter La Puissance De Vos Accroches ! ”

Améliorez Vos Conversions Pendant Votre Sommeil !

Note : L'information contenue dans cet ouvrage ne constitue aucunement une preuve de revenu sur le Web ou ailleurs...Ceci à titre d'information, je ne peux être tenu pour responsable des suites que vous y ferez.

Jérémy Allard

Sommaire

“ Les 7 Tactiques Pour Augmenter La Puissance De Vos Accroches ! ”	1
Introduction	2
I. Vendez L'odeur, pas la Frite	3
II. Employez la « puissance des mots » pour exprimer les bénéfices	6
III. Le Sous-Titre parle de la frite, PAS de son odeur	8
IV. Employez les couleurs pour recueillir les fuyards	9
V. Faites Un Journal des Accroches Gagnantes !	11
VI. Cette Personne est Le Titre Parfait !	12
VII. La négativité peut être puissante si elle est bien utilisée	14
VIII. Racontez Une Histoire Dans Votre Accroche !	16
IX. La Phrase La Plus Importante ? ? ? Et conclusion	18

Introduction

En tant qu'entrepreneur Internet depuis plus de sept années, j'ai décidé il y a bien longtemps que j'apprendrais et deviendrais un redacteur publicitaire. J'avais le présentiment que c'était l'aspect le plus crucial de n'importe quelle affaire en ligne... et **j'avais raison**.

Être un bon copywriter m'a permis de gagner tout mon argent en ligne.

Si vous n'avez pas décidé dans quel domaine vous alliez vous mettre à bosser, choisissez en un au moins. Si c'est la génération de trafic internet, les stratégies de prix, adsense, vous devez juste en choisir un. Vous apprendrez beaucoup pour vous orienter.

Maintenant, quand vous vous concentrez sur quelque chose, ne vous arrêtez pas là. Vous devez vous orienter de nouveau. Vous spécialiser dans quelque chose, et vous spécialiser encore et encore.

Savoir seulement rédiger une annonce ne suffit pas bien évidemment ...

Depuis mon arrivée sur le Web, j'ai adoré rédiger des lettres de ventes, mais ce n'était pas assez. Je me suis donc concentrer sur les accroches. Je passe des heures sur mes accroches et beaucoup moins sur le reste de mes lettres de vente. J'ai appris au fil du temps que sans titre irrésistible, personnes ne lira la suite de la lettre de vente, c'est dans l'accroche que tout commence...Que votre affaire décolle vers les cieux.... Ainsi, j'ai développé ma propre stratégie de création d'accroches.

Dans ce rapport succinct, je trace les grandes lignes des opérations nécessaires afin de lancer un business florissant grâce aux accroches. Sans lui, vous allez patoger dans l'eau sans savoir nager. C'est très court et très facile à comprendre vous verrez.

I. Vendez L'odeur, pas la Frite.

Les Clichés. Faites lire toute votre page.

C'est la stratégie la plus importante que je peux vous donner, c'est pourquoi je l'ai mise d'abord !

Quand vous rédigez un titre (ou toute lettre de ventes) vous devez indiquer à votre lecteur ce qu'il va recevoir de votre produit ou service, pas ce qu'il fait.

Par exemple, pour dire que vous vendez un script qui va apporter des centaines de liens vers un site. Votre titre ne peut pas indiquer :

~~« Cette Superbe Script Vous Apporte Des Tas De Partenaires ! »~~ NON !

Bien sûr, vous pouvez dire ce que votre produit fait, mais votre client ne s'inquiète pas ce qu'il fait. Il s'inquiète seulement des bénéfices que ce script va lui apporter.

Revenons rapidement aux sources pour comprendre ce qu'est *L'odeur*.

Vraisemblablement vous êtes en train de rédiger une lettre sur un sujet pour lequel vous avez fait des recherches, vous y êtes familier. Nous emploierons le script de liens comme exemple.

Étape 1 : Préparez une page blanche (ou ouvrez le bloc-notes sur votre ordinateur) et écrivez « **Script De Liens** » en grandes lettres.

Étape 2 : Prenez une minute et pensez à ce que tous ces liens apporteront à

votre site.

Étape 3 : Quand vous êtes prêt, commencer à les écrire. ***Améliorer les résultats dans les moteurs de recherche, plus de trafic, et éventuellement plus d'argent...*** sont juste quelques idées qui vous viennent à l'esprit.

Étape 4 : Maintenant, reformulez-les en titre irrésistible.

Un meilleur titre serait quelque chose comme :

« *Alerte* : Un Logiciel Révolutionnaire Catapulte Votre Site Dans Les Premières Pages Des Moteurs De Recherche, Explode Votre Trafic, et Fais Craquer Votre Porte Monnaie ! »

Voyez-vous la différence ? Remarquez les mots puissants comme « catapulte, » « explode, » et « craquer. » Rappelez vous ces clichés dès que vous rédigez une lettre de vente et particulièrement une accroche.

II. Employez la « puissance des mots » pour exprimer les bénéfices.

Vous voulez que votre titre soit aussi puissant que possible. Vous voulez que votre client lise la suite ? Qu'il commande ou s'inscrive à un service ?

Utilisez les mots les plus puissants que vous connaissez !

Jetons un coup d'oeil au titre que nous avons précédemment employé.

« Alerte : Un Logiciel Révolutionnaire Catapulte Votre Site Dans Les Premières Pages Des Moteurs De Recherche, Éxplose Votre Traffic, et Fais Craquer Votre Porte Monnaie ! »

Transformons ce titre en un titre sans mot puissants.

« Notification : Le logiciel révolutionnaire amène votre site dans les premières pages, augmente votre trafic, et mène l'argent dans votre porte monnaie ! »

La différence est subtile, mais en termes de conversions et persuasion, **c'est énorme** ! C'est la différence entre écrire un titre irrésistible, et juste un titre.

Comment allez vous faire pour trouver ces « mots puissants ? » Je suis heureux que vous me le demandiez !

Dans le chapitre précédent nous avons parlé des bénéfices (l'odeur). Nous en sommes arrivés à : **Premières places des moteurs de recherche, trafic, et argent.**

Maintenant insérons la dedans des « mots puissants. »

Quel meilleur mot décrit votre site pour le mettre au sommet des moteurs de recherche ? La **catapulte** est certainement un bon atout. Que diriez-vous des poussées, des forces, etc. Quel meilleur mot décrit l'obtention de plus de trafic. **Exploser** est déjà très bien. Vous avez l'idée. Soyez puissant et passionné, et votre titre sera irresistible.

Maintenant que vous savez vendre les bénéfices de votre produit et employer la « puissance des mots » dans votre titre, explorons ensemble comment faire pour que votre client sache ce qu'est votre produit réellement... avant que vous ne commenciez à rédiger votre lettre de vente actuelle.

III. Le Sous-Titre parle de la frite, PAS de son odeur.

J'adore les Sous-titres. Ils donnent la possibilité à vos lecteurs de savoir ce que le produit fait, sans les distraire du titre principal.

Penser à ceci en indiquant ce que votre produit fait.

Le sous-titre N'EST PAS le l'odeur, il est la frite. C'est l'opposé de votre accroche.

Poursuivons avec notre script vu ci-dessus. Nous avons déjà un titre qui fonctionne, et nous allons y ajouter un sous-titre. Le titre est grand et est la première chose que votre lecteur voit. Nous mettrons le sous-titre directement au-dessus de l'accroche, en détaillant ce qu' est/fait le produit.

Rédigez les deux et vous obtenez ceci :

Obtenez des centaines de Liens Vers votre site immédiatement !

« Alerte : Un Logiciel Révolutionnaire Catapulte Votre Site Dans Les Premières Pages Des Moteurs De Recherche, Éxplose Votre Traffic, et Fais Craquer Votre Porte Monnaie ! »

Voyez-vous comment cela fonctionne ?

Le sous-titre indique ce que le produit fait, alors que le titre principal indique ce que vos clients en obtiendront.

Ne réduisez pas à un minimum l'importance du titre secondaire, il est très important, et doit toujours être affiché avec le titre principal.

IV. Employez les couleurs pour recueillir les fuyards.

C'est un triste fait. Vous pouvez avoir le meilleur produit dans le monde avec la lettre de vente la plus étonnante...un grand pourcentage de vos visiteurs choisira toujours de partir rapidement de votre site.

C'est ça de faire des affaires en ligne, mais il y a quelque chose que nous pouvons faire pour recueillir ces fuyards.

Je parle d'employer les **COULEURS** dans votre titre (et le reste de votre lettre de ventes).

Je recommande le rouge, et si nécessaire le bleu.

Nous devons colorer les mots qui mettent l'accent sur les bénéfices dans notre titre, de sorte que le visiteur sache toujours ce qu'il recevra.

En ce moment notre titre ressemble à ceci :

« **Alerte : Un Logiciel Révolutionnaire Catapulte Votre Site Dans Les Premières Pages Des Moteurs De Recherche, Éxplose Votre Trafic, et Fais Craquer Votre Porte Monnaie ! »**

C'est pas mal, mais cela n'est pas suffisant. Maintenant employons les couleurs pour raconter une histoire.

« Alerte : Un Logiciel Révolutionnaire Catapulte Votre Site Dans Les Premières Pages Des Moteurs De Recherche, Éxplose Votre Traffic, et Fait Craquer Votre Porte Monnaie ! »

Nous avons deux portées optiques ici. Le visiteur verra d'abord le texte en rouge, qui semble raisonnable, il va en faire un balayage rapide. Il se fera déjà un premier aperçu de ce qu'il peut en retirer.

La prochaine portée du site concerne la « puissance des mots » qui sont soulignés. **Catapulte...Éxplose...**

Vous devez vérifier vous même votre accroche. Voir si vous seriez apte à comprendre quelque chose en scrutant rapidement l'accroche. Voir si l'histoire prend son sens...

V. Faites Un Journal des Accroches Gagnantes !

En rédigeant des titres, il est utile de modéliser les vôtres autour des titres qui fonctionnent.

Comment savez-vous qu'ils fonctionnent ? Bien, si vous êtes comme moi, vous avez acheté des produits en ligne. Certains vous ont attiré et d'autres moins, mais ils ont tous une chose en commun.

Ces titres étaient assez irrésistibles pour vous obliger à lire la lettre de vente et à acheter éventuellement le produit.

Retournez et jetez un coup d'oeil à certains des produits que vous avez acheté (ou presque acheté) dans le passé.

Ouvrez le bloc-notes, feuille blanche ou autre et copiez-y les accroches qui vous ont hypnotiser.

Qui va lentement, va sûrement. Vous recueillerez un dossier de titre ; une collection de titres irrésistibles autour desquels vous pouvez copier et modéliser les vôtres.

Quand je produis des ouvrages ou des lettres de vente, je pense à moi :
« Serais-je intéressé par cette lettre de vente ? » Si oui, je sais que ce sera un titre gagnant.

VI. Cette Personne est Le Titre Parfait !

Voici un extrait d'un livre que j'ai trouvé il y a quelques temps.

Initialement il a été rédigé pour des titres d'articles, pas des lettres de ventes, mais les mêmes principes s'appliquent.

Je voudrais souligner l'importance d'un grand titre.

Vous devez vous rappeler que... c'est la première chose que le lecteur voit.

Vous avez tout au plus 10 secondes pour convaincre le lecteur d'afficher votre article.

Voici quelques exemples des titres avec un impact très faible...

... « 6 outils qui m'ont aidé à gagner \$45. »

... « 5 ressources que j'avais l'habitude d'employer l'année dernière. »

... « comment produire des articles qui pourraient apporter quelques ventes. »

Oui, ces titres sont horribles et n'ont absolument aucune valeur si ce n'est qu'ils sont comiques !

J'emploie ces exemples car ils sont assez choquants ! Par pitié, si vous en faites autant,

ARRÊTEZ TOUT DE SUITE !

Voyez ce que doit être un bon titre.

Penser au titre comme à une personne. Mais pas une personne normale...

... c'est la personne la plus arrogante que vous pouvez imaginer ! Cette personne est si sûre d'elle que cela vous choque et devient une merveille si elle est réelle.

Cette personne EST le titre parfait !

Regardez les trois titres du dessus. Quelle personne voyez-vous ? Je vois personnellement une personne peu sûre d'elle, sans conviction, très incertaine de ce qu'elle a à dire. Quelqu'un qui emploie des mots comme « pourraient, certains, et l'année dernière. »

Regarder maintenant les titres que vous pourriez vous même faire avec un peu de conviction...

... « Les 9 Secrets les plus puissants pour encaisser une mine d'or sur Internet »

... « Comment Faire Plus De Ventas En Un Jour Que Sur Toute l'Année »

... « Comment Produire Une Avalanche De Traffic »

... « Comment Doubler La Taille De Votre Liste En 36 Heures. »

... « 10 ressources qui pousseront votre programme d'affiliation au Sommet »

... « 5 sites à ne pas manquer si VOUS voulez devenir un Gourou sur internet. »

Voyez-vous la différence ?

J'espère car c'est énorme ! Quand je regarde les titres ci-dessus, je vois l'homme qui est sûr de ce qu'il dit...

Cette personnalité est celle dont vous avez besoin dans vos titres, et c'est cette personnalité qui fera que votre article EST AFFICHÉ.

Voici quelques directives à suivre en rédigeant votre titre :

1) Après le premier mot ou numéro, (càd. 9,5, comment, etc...) veillez à exprimer la performance. Par exemple, "Secrets les plus puissants", "faire plus de ventes", "site à ne pas manquer", etc.... assurez vous de placer un mot puissant. C'est votre promesse. Vous vous assurerez déjà que votre lecteur lira la suite de votre titre ! Vous devez d'abord obliger le lecteur à lire votre titre en entier avant d'afficher votre article complet.

2) Votre titre doit toujours contenir le mot VOUS. N'hésitez à le mettre en majuscule. Gardez cela à l'esprit, vous devez parler de votre lecteur et non de vous.

3) Fixez un but incroyable ! Les gens ouvrent très peu les mails qu'ils reçoivent. Vous devez ABSOLUMENT leur promettre quelque chose d'irréalisable qu'il ne découvriront qu'en lisant votre article. Maintenant votre lecteur va lire votre article... Faites en sorte de lui dévoiler un Trésor qu'il n'aurait jamais découvert sans lire votre message.

VII. La négativité peut être puissante si elle est bien utilisée.

La plupart des experts vous diront d'éviter la négativité, et tournent toujours un titre négatif en positif.

Ils vous indiqueront que vous devez être vu en tant que personne positive avec un message positif.

Ils vous diront que la négativité fera partir les gens dans 95% des cas.
FAUX !

S'il est fait correctement, un titre négatif peut être très puissant.

Voici un exemple.

J'ai récemment rédigé une lettre pour un infoproduit sur la façon de rédiger un email ou une lettre de vente.

Comme d'habitude, j'ai travaillé dessus pendant des heures ; trouvé beaucoup de variations et stratégies.

Enfin j'ai fourni un gagnant. Voici le titre :

« Si vous n'employez pas ces 5 astuces pour scotcher les gens sur votre site, alors vous pouvez jeter aux ordures 2€ à chaque

fois qu'un visiteur quitte votre page ! »

Ce titre a fait fureur sur pas mal de produit, rien qu'avec une relance j'ai récupéré les $\frac{3}{4}$ des abandons de commande.

La négativité n'est pas toujours la meilleure des solutions mais donne parfois des résultats incroyables si elle est bien utilisée. Soyez original !

VIII. Racontez Une Histoire Dans Votre Accroche !

J'AIME les accroches qui racontent une histoire. Ils disent comment quelque chose a été créé, pour qui est ce produit, et comment il a accompli facilement sa tâche .

Faites attention cependant, parce que si votre titre est ennuyeux ou trop long, les gens ne le liront pas.

Voici un exemple de titre intéressant :

**“ Comment Une Conversation Entre Amis
A Suscité Une Idée Qui Permet A
n'Importe Qui, **Même Un Internaute**
Complètement Novice, De Créer Un
Empire De l'Infoproduit Avec Un Simple
Clic De Souris...**

**... Sélectionnez Simplement Votre Produit
Dans Notre Liste Et **Devenez Revendeur**
Sans Avoir De Site Grâce A Votre Adresse
Paypal ! ”**

Si vous étiez intéressé par la conception de beaucoup de sites pour vendre des produits tous différents, ne serait-ce pas une accroche qui aurait retenu votre attention ?

Afficheriez vous le reste de la lettre de ventes ? Très certainement...

En demandant l'opinion de quelques amis intimes, ils ont été intéressés. J'avais donc fait une accroche gagnante.

Analysons ce qui est mentionné dans l'accroche.

1. J'ai des amis avec lesquels je crée et discute de marketing.
2. Ce produit est pour tout le monde, pas de niveau technique requis
3. Vous pouvez produire votre propre empire d'infoproduit en un clic
4. C' est extrêmement facile à faire
5. Vous obtenez tous les produits que vous voulez immédiatement.

En tant qu'auteur, vous devez obliger les gens à vous faire confiance. Plus vous parlez de vous même, plus vous attirerez la confiance.

Soyez honnête. Soyez véridique. Laissez vos lecteurs avoir un aperçu de votre personnalité...

IX. La Phrase La Plus Importante ? ? ? Et conclusion

Pourquoi allez-vous devoir retenir cette Phrase ?

C'est le dernier chapitre de ce rapport, et je vous laisserai avec quelque chose que vous devriez toujours vous rappeler.

Cette phrase est : **Qu'est Ce Qu'il Y A La Dedans Pour Moi ?**

C'est ce que votre visiteur va se demander lorsqu'il va commencer la lecture de votre lettre de vente.

Vous devez avoir ceci à l'esprit **À TOUT MOMENT** quand vous rédigez votre lettre de vente, et surtout votre accroche principale.

Mentionnez toujours les **bénéfices.**

Que vous soyez auteur expérimenté ou non, ce guide vous permettra de créer de très belles présentations pour vos sites et accroches.

Passez autant d'heure que vous en avez besoin pour votre accroche, c'est ce que je fais. Je suis fier du travail que je fais, et je ne m'inquiète pas du temps que cela peut prendre.

Naturellement, avec l'expérience acquise au fil du temps, vous y passerez de moins en moins de temps... Mais vous en passerez toujours quand même. Le titre parfait est dans votre tête...A vous de le trouver.

Vous pouvez m'[envoyer un mail](#) si vous souhaitez apporter des choses à ce rapport. Je suis ouvert à toute suggestion.

A vos crayons !!!! Et bonne rédaction

Jérémy Allard

www.jeremy-allard.com

P.S. J'ai ouvert un petit service de rédaction pour vos accroches de lettre de vente.

Si vous n'arrivez toujours pas après cette lecture à sortir le MUST, vous pouvez toujours commander une accroche. J'analyse votre sujet, je vous crée 4 ou 5 Accroches que vous pourrez tester. Si aucune ne vous apporte plus de conversion, vous ne payer rien.

Si vous êtes intéressé, vous trouverez cette page sur mon site : www.jeremy-allard.com

P.P.S. Vous le savez tout comme moi, rédiger une bonne accroche est essentiel au bon fonctionnement de votre affaire.

Jean-François ADAM pourrait à ce propos bien vous orienter également sur la méthode à suivre pour rédiger un bon article de contenu enrichissant pour votre site ou les sites de contenu libre.

[Decouvrez Comment Rédiger Des Articles Magnétiques](#)

[Qui Provoquent Une Action](#)

[Une Méthode Simple Pour Eviter La Corbeille !](#)