

# FICHE MÉMO : LES 7 POINTS CLÉS D'UNE PAGE DE VENTE

Merci d'avoir téléchargé ce récapitulatif.

Vous pouvez retrouver la **vidéo d'origine** ici : <https://basilebernard.com/pages-de-vente/>

Cette fiche mémo vous rappelle les **points essentiels** abordés dans la vidéo.

## Voici comment je vous suggère de l'utiliser :

A l'aide de **post-it**, créez autant d'exemples que vous pouvez (qui s'appliquent à votre produit/service) pour **chacun des points ci-dessous**.

Ensuite, **sélectionnez les meilleurs** (parfois, un seul suffit, parfois plusieurs sont combinables)

Puis, essayez de mettre les **post-it** dans l'**ordre le plus efficace**.

Pour certains produits, l'ordre va privilégier le story telling, pour d'autre, ça sera les témoignes clients en premier, etc...

Trouvez **ce qui marche le mieux** pour vous.

Enfin, une fois que vous avez les bons arguments dans le bon ordre, il ne vous reste plus qu'à les **intégrer sur votre plateforme** de vente (site internet, email, prospectus...) et à **constater les résultats**.

## Les points clés

1. **Accroche** : Captez immédiatement l'attention du visiteur avec un message fort.
2. **La promesse** : Présentez le bénéfice principal que votre produit ou service apporte.
3. **Yes Set** : Engagez le visiteur en énumérant des points auxquels il peut s'identifier.
4. **Présentation** : Différenciez-vous de la concurrence en expliquant ce que vous êtes (et n'êtes pas)
5. **Validation sociale par les tiers** :
  1. **Preuve sociale** : Démontrez, par vos relations et les personnes qui vous accordent de l'attention, que vous êtes digne de confiance et d'intérêt.
  2. **Preuve d'autorité** : Démontrez, par votre parcours, vos diplômes, les prix que vous avez reçus, le nombre de ventes que vous avez faites, que votre produit/service est fiable.
  3. **Témoignages clients** : Quoi de mieux que la validation par quelqu'un qui a déjà acheté votre produit/service ?
6. **Comparaison bénéfice/coût** : Montrez que la valeur perçue dépasse largement le prix de ce que vous proposez.
7. **Storytelling** : Racontez une histoire afin que votre client potentiel puisse se projeter dans un achat en anticipant sur les bénéfices de votre produit/service.
8. **Appel à l'action** : Personnalisez l'appel à l'action en rappelant le plus gros bénéfice de votre produit/service
  1. Ajoutez une **garantie** : « satisfait ou remboursé »
  2. Ajoutez une **réassurance** : « expédition rapide, livraison le lendemain »
  3. Ajoutez une **dimension d'urgence** : « plus que 5 articles disponibles »