

5 ASTUCES POUR
VENDRE
5X PLUS

GUIDE

5 METHODES PRATIQUES

</ MEDYN >

EDITION 2024

**5 ASTUCES POUR
VENDRE
5X PLUS**

GUIDE

CONTENU

Introduction	02
1. Comment présenter votre Produit ?	03
Découvrez comment présenter vos produits ou services de manière convaincante. Vous apprendrez à utiliser les mots justes, à raconter des histoires captivantes et à susciter l'enthousiasme de vos clients.	
2. Comment rendre votre offre irrésistible ?	06
Vous apprendrez comment créer une offre tellement convaincante que vos clients potentiels ne pourront pas la refuser.	
3. Comment convaincre des inconnus d'acheter votre produit ?	09
Nous aborderons les techniques de prospection à chaud (approche directe) et à froid (approche indirecte) pour trouver de nouveaux clients.	
4. Comment attirer les clients vers vous comme un aimant ?	11
Découvrez comment créer et optimiser votre présence en ligne de	
5. Comment atteindre encore plus de clients grâce à des publicité efficace	15
Nous plongerons dans les meilleures pratiques en matière de publicité, en mettant l'accent sur les réseaux sociaux et les annonces	
Conclusion	18

INTRODUCTION

Qui suis-je?

Je suis Michel Edy, infographiste et développeur web depuis 2015.

J'ai travaillé pendant près de 5 ans dans des agences de communication et des entreprises e-commerce. J'ai pu me rendre compte de l'indispensabilité du digital pour développer n'importe quel business aujourd'hui.

Avec tout ce que j'ai expérimenté et acquis, j'ai su aider des personnes et des entreprises à développer de façon considérable leur visibilité, leur notoriété... et plus important leur chiffre d'affaire.

J'ai décidé de créer ce guide pour aider également les personnes qui le souhaitent, à développer de même leur business grâce à internet, et particulièrement grâce à Facebook.

Pourquoi est destiné ce guide ?

Si vous débutez votre activité, ou si vous avez du mal à vendre vos produits ou services et à obtenir le chiffre d'affaire que vous souhaitez, ce guide est conçu pour vous.

Nous verrons les stratégies et les tactiques essentielles pour améliorer vos compétences de vente et développer votre activité.

Que trouverez-vous dans cette mini formation ?

Nous couvrirons étape par étape tous les aspects clés permettant de vendre efficacement, allant de la création d'une offre totalement convaincante (sans baisser le prix) aux différents moyens de trouver et d'atteindre vos clients.

COMMENT PRÉSENTER VOTRE PRODUIT ?

Lorsque vous cherchez à vendre un produit, la manière dont vous le présentez fait 98% du temps toute la différence. Dans ce premier volet, nous allons voir comment présenter votre produit. Il faut que les gens se sentent stupides de ne pas l'acheter.

1.1 Définir et Comprendre votre public cible

La première étape pour présenter votre produit avec succès est savoir à qui on doit le présenter. Il faut donc définir votre public cible, le plus clairement et précisément possible.

Vous devez savoir que contrairement à ce qu'on peut penser, cibler une niche est bien plus efficace qu'avoir une cible large. Cela permet de concentrer vos ressources et vos efforts sur un groupe de personnes ayant des besoins et des intérêts très spécifiques, ce qui facilite la création de messages et d'offres qui leur parlent directement. De plus, la concurrence peut être moins intense dans une niche, ce qui augmente vos chances de réussite.

Exemple concret : Supposons que vous vendez des produits cosmétiques. Au lieu de cibler simplement «les femmes», vous pouvez choisir de vous concentrer sur une niche spécifique, comme les femmes de plus de 40 ans (à la recherche de produits anti-âge par exemple). Ce groupe a des besoins très spécifiques et il est plus facile d'écrire des messages ou publicités qui vont les faire se sentir vraiment concernés.

Cela permet votre entreprise de se démarquer dans un marché saturé de produits cosmétiques et d'attirer un public fidèle.

Assurez-vous simplement que cette niche a un besoin à combler et un pouvoir d'achat suffisant.

Après avoir défini votre cible, vous devez les comprendre. Qui sont-ils ? Quels sont leurs besoins, leurs désirs et leurs préoccupations ? En connaissant bien votre public, vous pourrez adapter votre message pour les toucher là où il faut.

1.2 Créez une image de marque pour vous distinguer

Maintenant que vous avez défini votre cible, il faut lui faire bonne impression ! Justement, l'image de marque fait référence à l'ensemble des pensées, des ressentis et des sentiments que le public va avoir envers un produit ou une entreprise.

Avoir une image forte passe par créer :

• Une identité visuelle

Cela comprend votre logo, vos couleurs, vos polices d'écriture, types de photos utilisés... Pour obtenir plus de crédibilité, prenez soins de créer une identité visuelle professionnelle, et conservez cette identité sur tous vos supports de communication.

Les gens associent votre produit ou service à votre image, ou du moins, à l'image de votre entreprise. Plus cette image est soignée, plus ils auront confiance en votre produit et moins ils hésiteront à l'acheter.

Voyez l'identité visuelle comme le style vestimentaire de votre entreprise. On vous fera difficilement confiance si vous vous habillez n'importe comment. En matière de business, l'image que l'on renvoie est très importante.

Toutes les grandes entreprises l'ont compris et investissent des sommes importantes leur identité visuelle.

MEDYN, vous offre justement un service professionnel de création d'identité visuelle unique, pour vous démarquer.

• Une personnalité propre

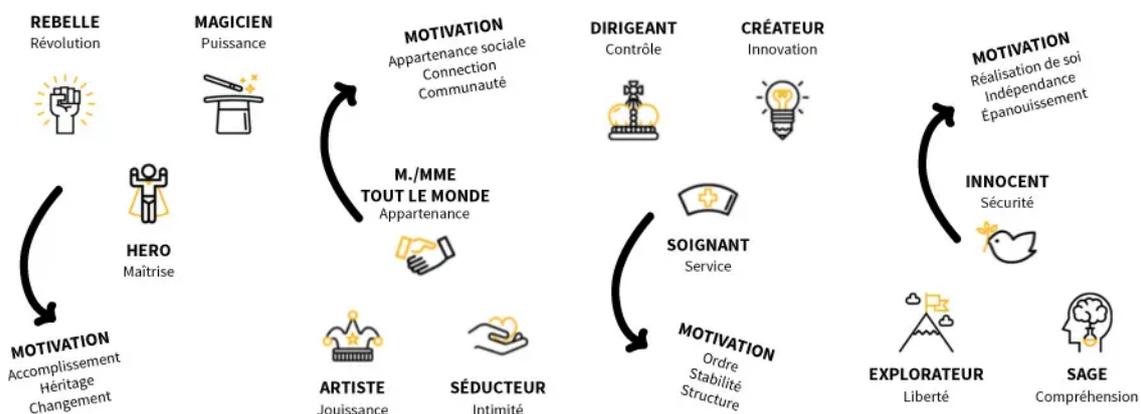
La personnalité d'une marque est quelque chose à laquelle le consommateur peut s'identifier. Elle naît lorsqu'on peut attribuer à votre marque des adjectifs humains comme **drôle, créatif, rebelle, digne de confiance, franc, malhonnête, rebelle, etc.**

Vous devez déjà définir ce que vous voulez évoquer chez vos clients comme émotion. En fonction de cela, vous devez communiquer d'une certaine façon, et adapter vos designs...

Toutes les grandes marques nous inspirent quelque chose, pas vrai ?

Vous devez vous aussi réussir à associer une émotion à votre marque, et cela passe par la personnalité de celle-ci.

Quel est votre archétype de marque ?



Juste à côté, voici quelques exemples de marques et leurs archétypes.

Vous pouvez examiner la manière dont elles communiquent sur les réseaux sociaux et vous verrez, cela correspond à leur archétype.

un exercice assez intéressant... Et désolé pour les mots en anglais...

Par exemple, Apple communique la créativité, Chanel communique l'amour, Disney communique la magie, Audi communique la sagesse, Dove communique l'innocence...



L'identité de marque permet de se différencier de la concurrence, chose essentielle pour vendre efficacement votre produit ou service sur le marché concurrentiel d'aujourd'hui.

COMMENT RENDRE VOTRE OFFRE IRRÉSISTIBLE ?

1.1 Offrez 3 fois plus de valeurs

Il n'y a rien qui fasse vendre plus qu'une offre bien conçue et bien présentée. Face à une offre percutante, quelqu'un qui n'achète pas se sentirait stupide.

Pourtant très peu d'entrepreneurs travaillent réellement leurs offres, la plupart ne font que présenter leur produits X à un prix Y. Ou au mieux font une solde en espérant donner du poids à leur offre.

Or excepté pour des produits banals, qualité et prix sont étroitement liés. Dans l'esprit du client si le vendeur baisse son prix :

- C'est que l'entreprise a du mal à écouler sa marchandise
- C'est que son offre n'est pas si intéressante qu'elle en a l'air
- C'est que le produit n'est probablement pas bon

Donc plutôt que de baisser le prix de votre produit, vous devez augmenter sa valeur perçue. Les gens payent proportionnellement à la valeur qu'ils reçoivent d'un produit. Vous vous demandez comment augmenter la valeur perçue de votre produit ? Et bien vous pouvez y arriver en accompagnant votre produit principal de bonus, afin de rendre votre offre vraiment unique.

Une offre simple ou classique (un produit A vendu à un prix X) a moins de valeur qu'une offre décomposée présentant plusieurs bonus (un produit A + un bonus B + un bonus C vendu à un prix Y).

Ces bonus doivent être complémentaires à votre produit et aider le client à résoudre les autres besoins qu'il pourrait avoir en ayant acheté votre produit. Plus le client va les trouver ces bonus utiles, plus l'offre lui paraîtra intéressante et aura plus de valeur à ses yeux.

Maintenant votre offre à beaucoup plus de valeur et surtout elle est unique. Peu importe votre prix, le prospect sait qu'il ne trouvera pas une pareille offre ailleurs.

2.2 Utilisez la rareté

La rareté est une stratégie puissante qui crée un sentiment d'urgence et d'exclusivité, incitant les clients à agir rapidement. Voici quelques façons de l'utiliser :

Stock limité / nombre de place limité : Annoncez que vous avez un nombre limité de produits disponibles. Vous pouvez aussi l'utiliser sur les bonus. Par exemple : les bonus ne sont disponibles que pour les X premiers clients. Les gens sont plus enclins à acheter quand ils pensent que l'offre est limitée.

Épuisement des Stocks : Informez votre audience chaque fois que votre produit est en rupture de stock. Cela les poussera à prendre une décision d'achat immédiate aux prochains restockage de peur de rater l'opportunité.

Programmes de Fidélité : Récompensez la fidélité de vos clients en leur offrant des avantages exclusifs, ce qui les incitera à continuer d'acheter chez vous. Ils feront également de bons témoignages et une bonne publicité pour vous.

2.3 Utilisez l'urgence

La rareté est fonction d'un nombre limité, l'urgence elle est fonction d'un temps limité. Faites des promotions ou campagnes valables pour une durée limitée. Par exemple, une réduction spéciale ou des bonus valables uniquement pendant un week-end incitera les clients à agir rapidement.

2.4 Proposez des garanties

Si cela est possible, accompagnez votre produit d'une garantie. Les garanties rassurent les gens quand à la fiabilité du produit qu'il voient ainsi que de l'entreprise elle même. Ils seront plus enclins à acheter s'ils savent qu'ils peuvent être remboursés en cas d'insatisfaction. Le tout est de définir clairement les termes de la garantie.

Si vous faisiez 100 ventes par mois, ajouter une garantie peut augmenter vos ventes de 50, voire 100%. Même si vous avez 10% de retours de produits, vous faites toujours plus de rentabilité.

Vous avez de quoi créer des offres qui ne pourront pas être ignoré. Il est temps de trouver les personnes à qui proposer ces offres.

2.5 Conseils supplémentaires

• Utilisez des preuves sociales

Les avis positifs de clients satisfaits renforcent la crédibilité de votre produit. Affichez des témoignages, des évaluations et des études de cas pour montrer que d'autres personnes ont bénéficié de votre produit.

- **Facilitez le paiement**

Simplifiez le processus d'achat et de paiement autant que possible. Moins d'étapes signifie moins de moments d'hésitation pour vos clients potentiels.

COMMENT TROUVER DES PERSONNES INTÉRRESSÉES PAR VOTRE PRODUIT ?

Votre offre irrésistible en place, il est temps de collecter des leads, c'est-à-dire des prospects intéressés par ce que vous avez à offrir. Voici différentes méthodes pour collecter des leads efficacement :

3.1 Commencez par vos proches

Vous y avez sûrement déjà pensé, mais je le mets quand même (au cas où). Envoyez des messages personnalisés à vos proches et connaissances. Proposez votre offre et demandez leur gentille de la partager même si eux ne sont pas intéressés. Certains feront un travail extraordinaire pour vous. Ne soyez surtout pas gênés. Comme le disais un grand sage, la discrétion c'est pour les gens qui ont le bras long.

3.2 Intégrez des groupes de niche sur les réseaux sociaux

Vous avez des groupes pour pratiquement tout sur Facebook. Trouvez et intégrez les groupes dans lesquels se trouvent vos potentiels clients.

Ces groupes sont des mines d'or quand on sait les utiliser.

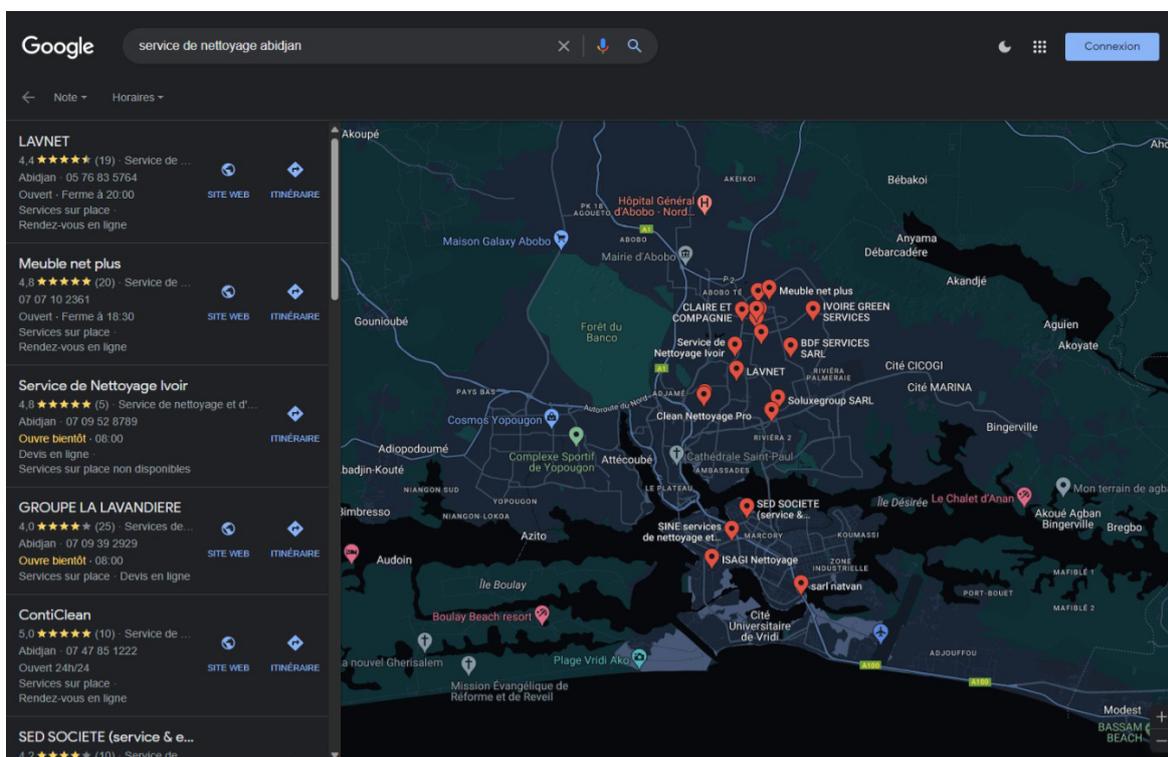
Suivez le mouvement et au besoin, commencez par interagir un minimum avec les autres membres sans poster à propos de vos produits. Il ne faut pas être vu comme un spammer au risque d'être banni. Ensuite vous pouvez partager votre offre dans ces groupes, mais aussi contacter individuellement les membres du groupe afin de leur présenter votre offre. Cela peut se faire par un message privé. Soyez poli, en 1 ou 2 messages, saluez et dites que vous avez une offre XXX susceptible de leur plaire. puis présentez l'offre et terminez par une phrase de courtoisie.

3.3 Faites des recherches Google

Ce point est particulièrement efficace si vos produits ou services s'adressent à des entreprises.

Vous pouvez trouver un grand nombre d'entreprises du domaine que vous ciblez sur Google (avec leur contacts et localisation) en une simple recherche.

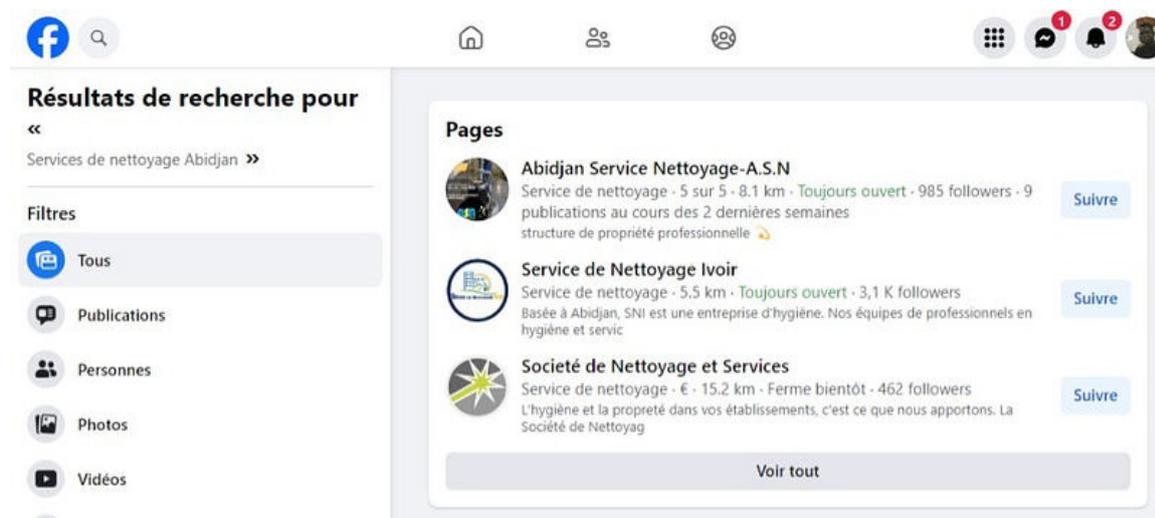
Supposons que vous vendez des produits nettoyant... Une cible idéale peut être les société qui proposent des services de nettoyage. Recherchez simplement «Services de nettoyage Abidjan» sur Google. Bien entendu remplacez «Abidjan» par la ville ou la commune ou même le pays qui vous intéresse.



A gauche de la page, vous aurez une belle liste d'entreprise comme celle-ci avec toutes leur informations.

Il ne vous reste plus qu'à les contacter pour leur proposer votre belle offre !

Notes : Vous pouvez faire des recherches du même type sur Facebook pour obtenir une liste des pages des entreprises. Vous pourrez ensuite les contacter via Messenger ou par le moyen que vous préférez.



Chapitre 4

COMMENT ATTIRER LES CLIENTS VERS VOUS COMME UN AIMANT ?

1. Google My Business

Avec l'avènement d'Internet, la première étape pour la plupart des gens lorsqu'ils recherchent un produit ou un service est de faire une recherche en ligne. Beaucoup, comme vous, utilisent Google pour cela.

Créer un compte Google MyBusiness vous permet d'afficher votre établissement dans les résultats de la recherche Google lorsque quelqu'un cherche un produit ou service que vous offrez.

Par exemple, si vous tapez «restaurant» sur Google, une liste des restaurants à proximité va s'afficher. De même si vous tapez «Service de nettoyage», et ainsi de suite.

Ces entreprises sont listées parcequ'elles ont créé un compte sur Google MyBusiness. Vous aussi vous pouvez le faire, c'est simple, et c'est gratuit !

2. Avoir un Site Internet bien référencé

Pour avoir une vraie présence en ligne et profiter pleinement de la puissance d'internet pour avoir des prospects de façon constante, lister votre établissement sur Google Mybusiness n'est pas suffisant.

Il vous faut un site internet bien référencé. C'est à dire optimisé pour être affiché sur Google lorsque les gens font une recherche de produits ou services que vous avez.

Par exemple, si vous recherchez «Création de logo Abidjan» ou «Création de site e-commerce Abidjan» vous trouverez sûrement mon site **www.medyn.me** dans les 3 premiers résultats Google. Cela m'a valu d'avoir la plupart de mes clients (environ 83%) sans avoir à faire une quelconque publicité.

Il ne suffit pas juste de créer un site internet et espérer avoir ces résultats. Il faut travailler sur ce qu'on appelle le référencement (Search Engine Optimisation) pendant la création du site et même après.

Cela prends du temps (vous n'allez pas apparaître dans les premiers résultats de Google du jour au lendemain non) mais sur le long terme, c'est sans aucun doute la meilleur stratégie d'acquisition de clients. Je parle plus en détails du référencement web (aussi appelé SEO) dans un article sur mon site.

Si vous n'avez pas de site internet, je peux vous assurer que vous ratez beaucoup de clients potentiels chaque jour. Pensez à le créer maintenant, et surtout confiez la création de votre site internet ainsi que votre référencement à un professionnel si vous voulez obtenir de vrais résultats.

3. Créer du Contenu Réseaux Sociaux

A coté de Google, vos clients potentiels se servent aussi des réseaux sociaux pour chercher / trouver les produits ou services dont ils ont besoin. Vous gagnez donc à être présent sur les réseaux sociaux aussi.

Mieux vaut ne rater aucun client potentiel n'est-ce pas ?

La méthode que je vous présente ici vous permet de les attirer, sans même qu'ils ne vous cherchent. Il s'agit d'utiliser les médias sociaux pour publier du contenu attrayant pour votre cible. Ne pensez pas toute suite à vos produits, pensez à ce qui les intéressent, et créez du contenu en fonction.

• Créez du contenu intéressant

Rappelez vous que Facebook n'est pas vraiment un marché. Les gens se connectent avant tout pour se détendre, socialiser et se divertir. Pour que les gens s'intéressent à vous, il va donc falloir les divertir, les informer, etc. Créez du contenu drôle ou inspirant, etc. Le genre de publication que les gens aiment partager !

L'idéal est de ne pas trop vous éparpiller quand même. Par exemple, si vous vendez des produits pour bébés, et que votre cible c'est les jeunes mamans (rappelez vous qu'il est plus efficace de cibler le plus précisément possible), Créez du contenu qui se rapporte aux bébés.

Plus vos contenus vont susciter de l'engagement et être partagés, plus vous allez attirer de nouveaux fans, et plus vous aurez de personnes à qui vendre vos produits ou services. Il est d'ailleurs plus facile de vendre à ceux qui vous connaissent et vous suivent déjà.



Petit exercice

Dans le même contexte de notre exemple précédant, réfléchissez à une publication intéressante en utilisant l'image ci-dessus.

• Planifiez et programmez votre contenu

La régularité est un point important dans cette stratégie. Plus vous êtes réguliers, Les plateformes de réseaux sociaux privilégie les utilisateurs réguliers. Donc plus vous partagerez du contenu régulièrement plus la plateforme sur laquelle vous êtes va «vous aimer» et montrer vos contenu à un plus grand nombre de personnes.

Sur Facebook ou Instagram, vos publications seront a peine montrées à quelques personnes au début, même si vous avez un certain nombre d'abonnés. C'est triste, mais c'est comme ça. La bonne nouvelle c'est que la croissance sur les réseaux sociaux n'est pas linéaire mais exponentielle. Une fois que Facebook sera sûre que votre contenu plait vraiment aux gens, il le montrera à une plus grande audience.

Ce n'est pas aussi simple de réussir à faire des publications tous les jours et garder un rythme. Si vous comptez sur votre inspiration quotidienne pour trouver quoi publier, autant dire que c'est mort d'avance.

Il est impératif de faire un calendrier de publication, de sorte à planifier les publications à l'avance et à programmer leur publication. Cela vous fait en plus de garder un rythme constant de publication, gagner un temps énorme que vous pouvez consacrer à autre chose.

Vous pouvez par exemple prendre un jour ou deux pour créer toutes les publications du mois. Utiliser un modèle de calendrier éditorial prêt à l'emploi va vous faciliter encore plus la tâche et vous faire gagner plus de temps.

Une fois les publications préparées, vous pouvez programmer leur publication aux dates et heures souhaitées grâce à un outil gratuit comme **Meta Business Suite**.

Chapitre 5

COMMENT ATTEINDRE VOS CLIENTS EN MASSE GRÂCE À LA PUBLICITÉ ?

1. La publicité traditionnelle

Non, la publicité traditionnelle n'est pas morte. Et elle peut être super efficace. En tout cas sachez que coller quelques affiches dans des lieux publics spécifiques est infiniment plus efficace que ne rien faire.

En fonction de vos objectifs et moyens, distribuer des flyers ou dépliants peut être aussi un moyen très efficace d'acquisition de clients.

Exemple : Vous ouvrez un nouveau salon de coiffure dans un quartier... Créer une offre intéressante, faire des flyers pour présenter cette offre et les distribuer au porte à porte dans le quartier vous garantira probablement un certain nombre de clients au démarrage.

2. La publicité sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux et plus particulièrement Facebook offrent la possibilité de cibler avec une certaine précision vos potentiels clients afin de leur présenter votre offre.

Il faut savoir que vous devez être sur votre ordinateur pour pouvoir profiter pleinement de tous les outils que propose Facebook pour la publicité.

Vous aurez aussi besoin d'une carte de crédit (VISA ou MASTERCARD). [Cliquez ici](#) pour accéder à mon article sur la meilleure carte VISA prépayée en Côte d'Ivoire et comment l'obtenir rapidement pour faire de la publicité Facebook.

Une fois que ces 2 éléments sont réunis, rendez-vous dans le Meta Business Suite pour démarrer vos nouvelles campagnes publicitaires et toucher un maximum de personnes !

J'ai déjà créé une formation complète expliquant de A à Z comment utiliser Facebook pour développer votre business et vendre plus. C'est un guide qui vous aidera pour créer la page Facebook professionnelle de votre boutique ou entreprise, la faire connaître et générer un maximum d'engagement et de ventes en partant de zéro.

Il y'a tout un chapitre pour comprendre et maîtriser Facebook Ads et Meta Business Suite, l'outil de Facebook qui permet entre autre de faire la publicité et booster ses ventes.

Si vous ne souhaitez pas perdre de temps et d'argent en lançant des publicités qui ne fonctionnent pas, ce guide vous sera utile. D'ailleurs puisque vous avez suivi ce guide, vous bénéficiez de 40% de réduction.

[Cliquez ici](#) pour en profiter rapidement avant que l'offre se termine.

Pour aller plus loin et **Maîtriser**
Facebook comme un PRO, n'hésite pas
à aller voir cette formation détaillée

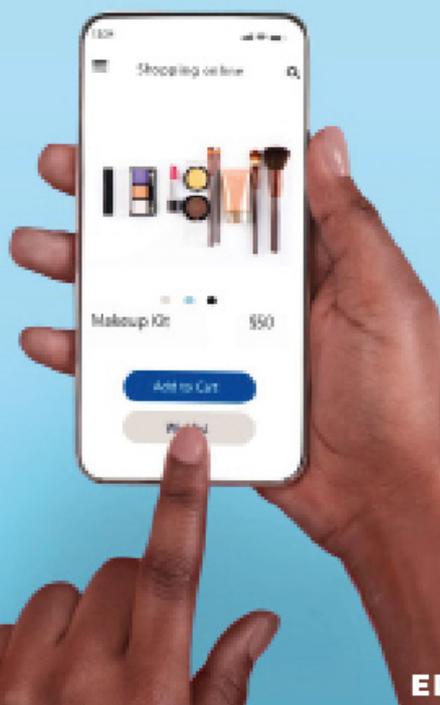
Cliquez ici



MULTIPLIER VOS VENTES

AVEC FACEBOOK

GUIDE ET ASTUCES



</ MEDYN >

EDITION 2024

CONCLUSION

En utilisant ces différentes méthodes et stratégies, vous pouvez commencer à attirer plus de clients et ainsi développer votre business de manière significative.

Une dernière chose maintenant... Surtout passez à l'action ! Plus vous tardez, plus les opportunités passent.

Retrouvez tous mes services sur : www.medyn.me

Autres guides et formations : www.medyn.me/formations

Je partage des conseils Gratuits et de l'inspiration chaque jour sur mes réseaux sociaux : [facebook](#), [Instagram](#) & [YouTube](#)

Abonne toi !



</ MEDYN >



[@medyn.co](#)



[@medyn.co](#)