

4 TECHNIQUES INDISPENSABLES

pour **vendre** + tes produits / ou
services & **booster ton activité**
en ligne !

IT'S *Arty* STUDIO.

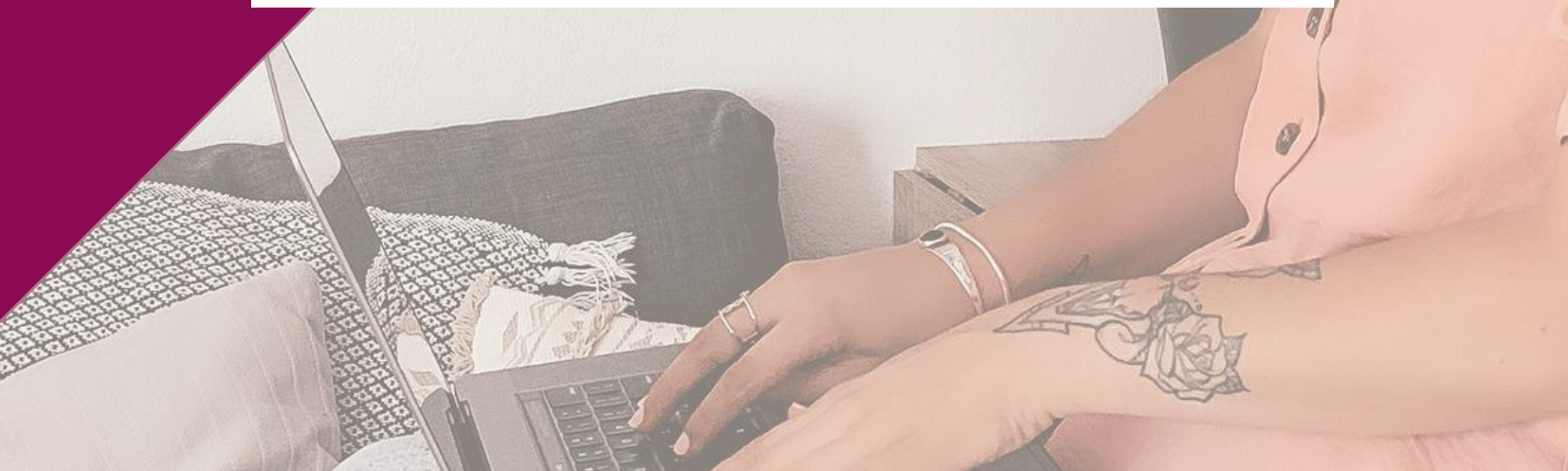


TABLE DES *matieres*

À PROPOS	2
AUGMENTER SON TRAFIC.	3-4
INSTAURER LA CONFIANCE	5-6
APPELER À L'ACTION	7
UNE PAGE DE VENTE EFFICACE	8
LE MARKETING AUTOMATION.	9
ARTICLES DE BLOG POUR T'AIDER	10
LE MOT DE LA FIN	11



Hello



itsarty.studio



hello@itsarty.studio



itsarty.studio



Hey, moi c'est Charlène (juste en haut là !)

Quelque chose me dit que si tu as téléchargé ce guide c'est que tu es entrepreneur.e, ou que tu as un projet d'entreprise, mais...

Tu es prêt•e à entreprendre ce projet, et tu ne sais pas comment t'y prendre ni par où commencer ?

Je comprends tout à fait, et oui, moi aussi je suis passée par là !
J'ai moi aussi créé des sites "vitrines" pour mon activité, en pensant bêtement que cela aller suffire à générer des clients... *quelle erreur !*

Pour t'éviter de faire les mêmes erreurs, je te livre quelques techniques marketing à appliquer sur ton site web ou dans ta stratégie de communication, afin de vendre (mieux) tes services ou produits !

Prêt•e? allez c'est parti !

Augmenter son trafic



Pour vendre tes produits / services , il faut bien évidemment que tu aies des visiteurs. La plupart des personnes échouent car ils pensent qu'il suffit de créer un site / blog, y publier quelques articles et hop le tour est joué...(la même erreur que j'ai pû faire au début)

Et bien non, voici **2 stratégies** importantes et efficaces à mettre en place pour ton business :



1. OPTIMISE TON RÉFÉRENCEMENT / SEO

C'est la première étape importante lors de la création d'un site internet : se faire connaître, **gagner en visibilité** ! Sauf que, être bien référencé.e sur google ne se fait pas en deux semaines, c'est un travail qui prend du temps et qui est effectif sur le **long terme**.

Renseigne-toi sur les techniques d'optimisation SEO.

Sur chrome, l'extension **SEOquake** t'aidera à faire un audit / analyse de ton site internet.

Si tu es sur WordPress, les plugins **Yoast SEO** ou **RankMath** te permettront de corriger tes "Metas Title / descriptions..."

Augmenter ton trafic



2. MET EN PLACE UNE STRATÉGIE SUR *les réseaux sociaux*

ANALYSE

Analyse ta concurrence : comment font-ils ? sur quels réseaux sont-ils présents ? Lesquels de leur contenu sont ils les plus appréciés ?

PERSONAS

Tu dois connaître ta cible sur le bout des doigts pour lui parler efficacement ! Tranche d'âge, milieu social, ses envies & ses blocages.

CONTENU

Le marketing de contenu est très efficace ! Si tu crées du contenu qualitatif POUR ta cible, les clients viendront naturellement à toi !



EXEMPLE

Tu vends des formations en ligne, **Instagram** et **Pinterest** peuvent être des **leviers d'acquisitions** efficaces pour toi.

Crée un compte Instagram, développe ta communauté, en relayant tes articles de blogs, tes astuces.... Donne à ta communauté du contenu de qualité, sans penser "vente" dans un premier temps.

Lorsque tu publies des articles de blog, pense à créer 5-6 visuels pour **Pinterest**, formats **verticaux** de préférence type **735 x 1102 pixels**, et relaye les sur ton compte !

Instaurer la confiance



Avoir la confiance de tes visiteurs est primordial pour assurer un **taux de transformation** / conversion important du visiteur vers l'acheteur. Pour concrétiser l'aspect confiance de ton site voici quelques petites astuces :

1. PAGES IMPORTANTES & SOCIAL PROOF

A propos et faq

Avant de passer à l'achat, les visiteurs ont besoin d'être **rassurés** sur le vendeur / la vendeuse, sur **notre expertise**, et, se rendent fréquemment sur la page "à propos".

Il est donc très important de **soigner ta présentation** :)

Tu peux faire appel à un "copywriter" ou rédacteur web professionnel ; Un copywriter qui maîtrise le "storytelling" (*ou l'art de raconter des histoires qui captent l'attention d'une audience*), saura te proposer un texte de qualité.

N'hésites pas à **te montrer en photo** sur cette page !

En bonus, tu peux insérer une petite partie / page **FAQ** pour montrer que tu as anticipé les éventuelles questions.

Social proof

Le social proof / preuve social, c'est simplement le fait d'afficher des **témoignages**. Allez avoue, toi aussi tu passes des heures à lire les avis d'un produit avant d'acheter sur Amazon non ? ^^ Je te conseille vivement **d'afficher les avis de tes clients** sur ton site, cela renforcera grandement la confiance de tes visiteurs !

Instaurer la confiance



Il est important d'avoir ta propre base de donnée emails, tout simplement car ton profil sur les réseaux sociaux **ne t'appartient pas** vraiment.

Si du jour au lendemain ton compte est supprimé / piraté, tu ne repartiras pas de 0 si tes abonnées les plus fidèles sont dans ta liste email :)

2. EMAIL MARKETING & FREEBIES

Pour ta stratégie de vente, augmenter ta liste d'abonnés par email est très important.

Le marketing par e-mail fonctionne, et c'est une des solutions les moins onéreuses !

Commence par te créer un compte sur une plateforme d'emails marketing (j'utilise [Sendinblue](#) qui propose une offre gratuite très généreuse).

La première étape pour obtenir ces e-mails consiste à créer un **freebie / leadmagnet** :

Un **freebie** c'est un cadeau que tu donnes en échange de l'inscription email à ta liste de diffusion. Par exemple, tu peux offrir un **ebook, une mini-formation ou encore un code promo.**

Crée une jolie image pour ton freebie, accompagne le d'un **formulaire d'inscription** à ta newsletter et dispose ce bloc de manière récurrente à la fin de tes articles de blog, sur ta page d'accueil, cela peut aussi être sous forme de pop-up.

Pense également à **créer des posts / communiquer** autour de ce freebie sur tes réseaux sociaux les plus pertinents !

Appeler à l'action !



L'appel à l'action, ou « **Call to Action (CTA)** » en anglais, est l'élément qui indique aux visiteurs quoi faire, où cliquer, et quoi acheter. Il est censé guider vers une action comme le passage à la caisse et permettre de **convertir un visiteur en client**.

LES BOUTONS D'APPELS À L'ACTION



Les boutons d'appels à l'action doivent être **omniprésents** sur ton site, de la page d'accueil à tes articles de blog, ils permettent **d'emmener l'utilisateur** vers les **informations / actions importantes**. (*Télécharger gratuitement, Ajouter au panier, S'inscrire, Essayer gratuitement, En savoir plus...*)

LA LANDING PAGE (PAGE DE VENTE)

Une Page de Vente (page d'atterrissage ou landing page en anglais) est la page sur laquelle atterrit un internaute après qu'il ait cliqué sur l'un de tes liens (*email marketing, pub en ligne...*).

C'est une page "isolée" du reste de ton site. Elle ne doit **pas être accessible à partir d'un menu**. Sa finalité est de **convaincre** les clients potentiels de réaliser l'action que l'on souhaite (téléchargement d'un freebie, inscription newsletter, achat d'un produit...).



ASTUCE

Tu peux aussi utiliser des visuels où tu te mets en scène pour **diriger le regard de ton visiteur vers une action**.



Appeler a l'action !



ÉLÉMENTS IMPORTANTS POUR UNE LANDING PAGE **EFFICACE**



Le marketing automation



Le Marketing automation est un anglicisme qui signifie tout simplement **l'automatisation du marketing**, en français.

La notion rassemble les outils et les techniques qui permettent **d'automatiser les tâches** répétitives comme l'envoi de mails ou de sms.

L'automatisation repose sur la mise en place d'un **scénario du cycle de vente** (tunnel de vente), du chemin que suivra le visiteur à partir d'un point d'entrée, c'est-à-dire une action réalisée, comme le téléchargement d'un de tes lead magnets / freebie.

Tu peux pour commencer, mettre en place un premier scénario d'emails via ton compte **Sendinblue** par exemple suite au téléchargement d'un freebie proposé sur ton site.



EXEMPLE DE SCÉNARIO

Email 1



Bienvenue : présente toi brièvement, délivre le freebie, et expose les problèmes auxquelles tu réponds via ton activité / blog...

Email 2



Pointe un problème (celui auquel le freebie téléchargé répond) et expose les besoins par rapport à ce problème

Email 3



Comment tu peux aider à résoudre ce problème, comment tu l'as résolu pour toi même, et expose les aspirations de ta cible

Email 4



La solution : propose ton produit / ton offre, expose les bénéfices; ce que cette solution apportera.

Tu peux imaginer continuer cette séquence avec une offre promo temporaire, des témoignages clients...

Les articles de blog



QUI PEUVENT T'AIDER

- Comment définir et créer ta propre identité de marque
- 5 astuces pour rédiger des emails marketing qui convertissent tes visiteurs en clients
- Faire grossir ta liste d'abonnés par email en créant ton freebie / lead magnet
- Comment définir ta stratégie de communication digitale sur les médias sociaux
- Google analytics pour booster ton business, les 6 statistiques à suivre régulièrement pour améliorer ton contenu

A top-down view of a desk with various items: a laptop keyboard on the right, a small potted plant in a glass container, a round decorative dish, a pen, a pencil, a paperclip, and a pink flower in the bottom right corner.

TOUS LES ARTICLES



PRÊTE À PASSER AU *Niveau supérieur ?*



L'application de certaines de ces techniques à ton site Web existant te paraît difficile ?

Tu es prêt•e à optimiser ton site Web pour **générer plus de ventes**, mais tu ne sais pas par où commencer, **tu n'arrives pas à identifier** les "points noirs" ?

Tu souhaites vendre en ligne, mais tu désires confier la réflexion et le design de ton projet à une **spécialiste du e-commerce** ?

Si tu as répondu "oui" à l'une de ces questions, alors tu es **prêt•e à passer ton business au niveau supérieur !**

Réserve ton appel découverte de **30 minutes offertes !**

Estime le coût de ton projet web en 5 minutes !

RÉSERVER

ESTIMER MON PROJET

