

Séquence Standard pour le produit « Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND »

La séquence exacte que j'ai utilisée pour vendre ma propre formation « Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND ».

Le produit était à 297€ en promotion, donc plus de 197€ —> Séquence Standard utilisée.

Tu peux voir ci-dessous la séquence complète, que j'utilise bien tous les emails dont je t'ai parlé, avec des explications concrètes sur ce que je fais dans chaque email.

Semaine 1 : Engagement (3 emails)

1) Le Crochet

Cet email est à propos de capter l'attention de ton prospect ... et rien d'autre.

Pas de vente, pas de pitch, même pas de mention du produit.

Tu vas simplement parler d'un concept intrigant, de quelque chose qui va piquer la curiosité de ton prospect, peut-être mettre en avant quelque chose de contre-intuitif ou de « choquant » ...

Tout ça dans le but d'accrocher l'attention de ton prospect.

Je te montre comment j'ai fait ça sur ma propre séquence, avec ce premier email qui est donc le « Le Crochet ».

Titre : Le copywriting ? Ça ne sert à rien

—> *NOTE : Dès le début, je pique la curiosité en disant quelque chose qui sort des sentiers battus. J'accroche l'attention, j'intrigue, et c'est exactement ce qu'un Crochet doit faire.*

« Okkk ...

Donc le mec clame partout haut et fort qu'il est copywriter depuis 3 ans, qu'il a rédigé une centaine de page de vente et qu'il a augmenté les ventes de dizaines de clients ...

Et là il dit que ça ne sert à rien ?

Eeeuh ... qu'est-ce qui va pas chez lui ? »

Calme-toi Jean Célestin.

Si je dis que le copywriting ne sert à rien, c'est pour une bonne raison.

Déjà, pour bien comprendre ce que je dis, il faut comprendre c'est qu'est *véritablement* le copywriting.

C'est vrai quoi. Parce qu'après tout :

Le copywriting, c'est une affaire de comprendre la psychologie humaine pour mieux vendre.

Stop.

Tu vois ce que je viens de dire là ?

Je viens de parler de **psychologie humaine**. De comprendre.

- Je n'ai pas dis « Formule de titre ».
- J'ai n'ai pas dis « Tactiques marketing ».
- Je n'ai pas dis « Mettre son appel à l'action en bleu plutôt qu'en rouge pour augmenter son taux de conversion ».

Et c'est pour ça que je dis que le copywriting ne sert à rien.

Alors attention, pas de méprise :

Pour un entrepreneur ou pour un créateur de contenu, le copywriting est **l'arme la plus puissante qu'on puisse posséder.**

Parce que ça lui servira toute sa vie, et qu'il sera toujours à l'abri s'il sait vendre.

Mais s'il utilise le copywriting AVANT de chercher à bien comprendre son prospect ?

Alors là ça ne lui servira à rien.

Parce qu'il aura beau avoir les meilleurs tactiques marketing au monde ...

Les meilleures formules de titre ...

La meilleure structure de page de vente possible ...

S'il ne connaît pas suffisamment bien son prospect, il touchera toujours à côté.

Et donc il ne fera aucune vente.

En fait, c'est simple : si ton prospect veut des carottes et que tu penses qu'il veut des tomates, tout le copywriting du monde ne t'aidera pas.

Parce que tu taperas toujours à côté de ce que veut réellement ton prospect.

Cet exemple peut paraître con ... et pourtant ! Je le vois tous les jours avec mes clients.

En fait, faire ça, c'est comme **remplir un seau d'eau percé.**

Si tu veux remplir le seau, tu ne vas pas t'amuser à mettre encore plus d'eau. Tu vas déjà combler les trous, parce que tu n'es pas fou.

Et ENSUITE tu mettras de l'eau.

Eh bien en copywriting, c'est pareil.

Avant d'utiliser une structure qui marche ou d'utiliser des méthode copywriting, tu dois d'abord connaître ton prospect.

Et c'est seulement LÀ ça marche. Parce que que tu as posé les bases avant de faire qui que ce soit.

Et surtout ? **Ça marche mieux que tout ce que tu ne peux imaginer.**

Parce que quand tu apprends à connaître ton prospect et ses besoins véritables ...

Et que tu combines ça avec une méthode copywriting prouvée et qui marche ...

Les résultats arrivent très vite (ainsi que les notifications Paypal dans ta boîte mail pour te dire qu'on s'arrache tes produits et tes services).

Mardi, je sors ma toute nouvelle formation sur la rédaction de page de vente.

(Oui, mardi. Pas lundi en fait).

Et devine quoi ?

C'est exactement l'approche que j'ai choisi de prendre.

—> *NOTE : J'en profite pour dire que ma formation sort mardi prochain. Normalement, on ne parle pas du produit dans le premier email « Accroche ».*

Je l'ai fais maintenant parce que je sentais que c'était un bon moment, et que je pouvais en parler naturellement.

Si tu le sens bien, tu peux le faire aussi. Mais je te conseille d'attendre jusqu'au prochain email de Valeur / Philosophie pour parler de ton produit / service, et annoncer qu'il sort lundi prochain.

Je vais *d'abord* te montrer comment rentrer dans la tête de ton prospect (pour que tu saches exactement ce qu'il veut) ...

Et je vais ensuite te montrer comment rédiger ta page de vente en fonction des vrais besoins de ton prospect.

Avec une méthode et une structure qui marche dans toutes les thématiques ...

Étape par étape ...

Comme si tu étais derrière mon épaule pour voir comment je rédigeais la page de vente.

La plupart des marketeurs te donneraient directement des formules et des astuces de copywriting ...

Pas moi.

Je vais te montrer ce qui marche VRAIMENT - et doc ce qui me permet de mettre du pain sur la table depuis 3 ans, en augmentant jour après jour les ventes de mes clients.

J'ai hâte.

—> NOTE : Même si j'annonce la sortie de ma future formation, je ne fais pas le pitch maintenant. Je donne juste envie, en présentant les grandes lignes. La vente, c'est pour la semaine prochaine.

En attendant mardi, je vais te montrer demain pourquoi l'entreprise Apple utilise l'un des meilleurs copywriting au

monde (et comment elle s'en sert pour générer des milliards et des milliards d'euros chaque année).

—> *NOTE : Je donne envie d'ouvrir et d'aller voir l'email de demain (important de parler de l'email de demain - et donc de l'email « Valeur » pour montrer qu'il y a une suite logique entre chaque email.)*

A demain !

- Théo "*Comprendre son prospect avant tout*" Rossi

P.S : Je ne dis pas que tu vas faire comme Apple et devenir multi-milliardaire.

Je dis juste que si l'entreprise Apple fait autant de ventes, c'est parce qu'elle utilise un principe fondamental de copywriting dans TOUTES ses campagnes de produit.

C'est un principe simple, qui change tout quand on l'utilise, **et qui va te permettre d'augmenter radicalement tes ventes si tu l'utilises.**

Je t'en dis plus demain.

—> *NOTE : Je continue à donner envie dans mon P.S pour qu'on voit que l'email de demain, c'est du lourd. Ce n'est pas forcé, mais je savais que j'allais apporter beaucoup de valeur avec cet email, alors je l'ai fais.*

2) La Valeur

Ton seul objectif avec cet email est d'apporter une énorme valeur à ton prospect. Le but, c'est qu'il se dise à la fin « Wow ... s'il / si elle / me donne autant gratuitement ... qu'est-ce que ça va être avec son contenu payant ? ».

Le grand principe : tu apportes un superbe conseil à ton prospect, il kiffe, et tu lui dis ensuite qu'il y a encore plus à voir (et en bien plus détaillé, avec plus d'exemples) dans ton produit / service payant.

Voici comment je m'y suis pris sur ma propre séquence pour ce deuxième email qu'on nomme « La Valeur ».

Titre : Comment Apple génère des milliards de dollars chaque année

Théo, on est d'accord :

Je ne t'apprends rien si je te dis qu'Apple est l'une des entreprises qui possède le meilleur marketing au monde.

Quand Apple sort un nouveau produit, les gens sont comme des oufs, et ils sont carrément prêts à faire la queue dehors pendant des jours pour être d'avoir le nouvel iPhone.

—> NOTE : J'ai dit hier à mes lecteurs que j'allais apprendre comment Apple génère des milliards de dollars ... donc c'est exactement ce que je fais dans cet email aujourd'hui. Là j'introduis mon sujet - tout simplement.

Et ça dure depuis 10 ans !

Regarde : ça c'est la queue un jour avant la sortie de l'iPhone 11 :



Je ne sais pas toi, mais moi, **je trouve ça fascinant.**

Je veux dire ...

On est en 2019, tu peux pré-commander le produit et te le faire livrer tranquillement chez toi le jour même de la sortie, mais NON :

Il y a quand même des gens qui font encore la queue, alors que ça ne sert à rien, juste parce qu'ils sont des fans invétérés.

Merde, y'a même un mec qui est venu avec sa valise sur la photo !

Je trouve ça fou.

Et en même temps, je ne peux m'empêcher de me demander : comment Apple fait ?

Qu'est-ce qu'ils savent chez Apple que les autres ne savent pas pour créer un tel engouement ?

La vérité : **il n'y a pas une seule réponse.**

Leur marketing est magique, et il y aurait des tas de choses à analyser et à dire dessus (je prévois d'ailleurs un article prochainement sur le sujet. Fais-moi signe si ça t'intéresse).

Mais quand on s'intéresse un peu au copywriting et qu'on creuse un peu, on s'aperçoit qu'Apple utilise UN principe fondamental, et qu'il est responsable pour beaucoup de leurs ventes.

Ce principe, c'est ce qu'on appelle "**Emotion VS Logique**".

Tu vas voir, c'est très simple à comprendre.

—> *NOTE : Plus tu te rapproches du concret, de l'utilisable maintenant et immédiatement dans ton email de « Valeur », plus tu gagnes.*

J'aurais pu montrer « 3 principes qui font qu'Apple est une super entreprise ». Mais ce qu'on veut là, c'est montrer rapidement à notre

lecteur qu'on sait de quoi on parle, et qu'on est capable de lui donner UNE seule méthode, UNE seule technique, UN seul conseil qui va lui apporter des résultats.

Ici, c'est le concept "Emotion VS Logique ».

Trouve un technique / une astuce / une méthode de ce genre et qui pourraient aider tes lecteurs dans ta thématique, et explique-là dans ton email.

Tu vas voir, c'est très simple à comprendre.

Ce qu'il faut, c'est se poser cette question :

Qu'est-ce qui pousse les gens à dépenser un Smic entier dans un smartphone ?

La réponse courte : **l'émotion.**

Lorsqu'on achète un iPhone, c'est parce que les pubs Apple racontent une si belle histoire qu'on a envie d'en faire partie.

C'est parce qu'Apple possède **une image de marque tellement forte** dans l'imaginaire collectif qu'on a ENVIE de faire partie du groupe, qu'on a envie d'être en "haut".

C'est parce qu'un iPhone, ce n'est pas un simple smartphone qu'on achète juste pour téléphoner ou écouter de la musique.

C'est parce que l'iPhone est beau, élégant, minimaliste, et qu'il **a fini par devenir un symbole de statut dans la société d'aujourd'hui.**

Tu vois Théo, ça, ce sont les vraies raisons pour lesquelles les gens achètent un iPhone.

Mais si tu leur poses la question ? **Jamais ils ne te le diront.**

À la place, tu entendras certainement :

"Moi je l'ai acheté parce que c'est le meilleur téléphone, tout

simplement. Parce que c'est fonctionnel, que ça va vite. Et puis t'as vu les photos ? Elles sont de super qualité ! 12 mégapixels en HD 1080p ! Y'a pas mieux."

Tu vois le truc ?

Les gens achètent sur le coup de l'émotion. Et ENSUITE ils se justifient avec la logique.

(Retiens bien cette phrase. C'est la clé du copywriting)

—> *NOTE : ÇA c'est de la valeur. Quand on donne un conseil qui va apporter des résultats ... qu'on donne un exemple concret pour faire comprendre ce conseil ... et qu'on dit à la fin de l'exemple :*

« Voilà, c'est COMME ÇA qu'on utilise le conseil que je viens de donner. »

(Pour que ça soit encore plus concret, et que nos lecteurs n'aient pas d'autre choix que de se dire : « Wow, c'est pas con. Je vais essayer direct. »)

Personne ne dira jamais qu'il achète son iPhone sur le coup de l'émotion et que c'est toute la propagande qu'il y a autour ainsi que le symbole de statut qu'il représente qui le fait kiffer.

Et ça, **Apple le sait très bien.**

C'est pour ça qu'ils affichent en gros sur leur site toutes les caractéristiques du produit, avec des termes techniques comme la puissance du processeur ou encore les mégapixels de l'appareil photo.

Pour que tu puisses ensuite te justifier auprès de ta femme et de tes amis de ton achat hyper cher pour un simple smartphone.

Mieux : ils te mettent toujours une petite innovation révolutionnaire en plus à chaque produit, qui justifie à elle seule l'achat.

Pour l'iPhone X c'était Face ID.

Pour l'iPhone 11 c'est la caméra grand angle.

Et je ne juge pas ceux qui achètent ! J'ai moi-même un l'iPhone X.

Devine la première chose que j'ai dit quand on m'a fait remarquer que c'était cher pour ce que c'est :

"Mais t'es fou, j'ai plus qu'à mettre ma tête et ça déverrouille ... ça change la vie !"

.
..
...

Emotion. Puis logique.

Ce principe fondamental de copywriting peut (et va) exploser tes ventes si tu l'appliques comme il faut sur ta page de vente.

Je le sais parce que depuis que je l'utilise sur les pages de vente de mes clients, **les résultats sont démultipliés.**

C'est d'ailleurs pour ça que je me décris comme un copywriter émotionnel sur mon profil (parce que c'est l'émotion qui vend).

Et c'est pour ça que c'est l'approche que je vais te montrer dans ma formation. Parce que ça marche mieux que tout.

—> *NOTE : Après avoir donné ton conseil et apporté ta valeur, tu peux lire ça avec ton produit qui va sortir. Sans faire le bourrin ni un gros pitch, mais simplement en montrant que « Ben voilà, ce que je viens de t'apporter marche super bien, et c'est exactement ce que je te montre (et plus en détail) dans mon contenu payant. Peace. »*

Et en plus, pas besoin d'être Apple pour l'utiliser et faire des ventes !

Regarde ...

Imaginons que tu vendes une formation sur *"Comment faire pousser*

des tomates dans son jardin" (je prends l'exemple le plus con pour que tu voies que ça marche avec tout).

—> NOTE : Quelque chose de bien à faire quand tu donnes un conseil et de la valeur à tes lecteurs : ramener toujours au concret.

Le meilleur moyen de faire ça ? Donner des exemples. L'illustration d'Apple pour apporter de la valeur était super, mais je sentais que ça pouvait peut-être créer une barrière. Entre mes lecteurs, petits entrepreneurs comme moi, et Apple, multinationale géante.

Du coup, j'ai repris un autre exemple, plus proche cette fois, et donc plus concret.

Tu ne vas pas commencer ta page avec des arguments logiques.

Tu vas d'abord parler du travail à la main, de l'artisanat de faire pousser ses propres tomates ...

Puis de **la fierté que ton prospect ressentira lorsqu'il verra que ses tomates poussent bien**, qu'elles sont belles et juteuses à souhait.

Tu parleras de son bonheur quand il croquera dans sa première tomate, gorgée de soleil, qu'il aura fait pousser lui-même sans aucun engrais chimique.

Et tu pourras même finir sur **la convivialité qu'il y aura au repas avec ses amis et sa famille**, quand il amènera sa récolte sur la table, et que tout le monde le félicitera pour avoir fait pousser ces beaux fruits.

Et c'est seulement LÀ, quand tu lui auras donné envie d'acheter sur le coup de l'émotion, que tu mettras en place les arguments logiques.

Pour lui montrer qu'il n'achète pas du vent, que c'est du solide, et qu'il aura une formation complète en 4 modules qui lui apprendra tout ce qu'il doit savoir ...

Avec des plans précis pour bien placer ses tomates dans son jardin ...

La liste des meilleurs outils à utiliser, etc etc ...

Tu vois le truc ?

Emotion. PUIS logique.

Si tu fais ça, je te promets de résultats puissants.

Passe un bon dimanche,

- Théo "*Je me suis donné envie tout seul d'apprendre à faire pousser des tomates*" Rossi

3) Philosophie :

Plus que d'apporter de la valeur, cet email est là pour te différencier de tes concurrents, et pour te positionner en tant que « voix unique » dans ta thématique.

Ça peut paraître compliqué, mais le principe est simple : tu parles d'un sujet qui revient souvent dans ta thématique ... et tu vas à contre-courant.

Le truc en fait, c'est de te positionner contre une idée reçue (où un sujet dans ta thématique), et de prendre position ferme (le mieux est si tu vas à l'encontre de ce qui se dit généralement).

Un exemple concret : ce que j'ai fait dans le 3ème email de ma séquence. La plupart des gens et des marketeurs crient à celui qui fera le plus de ventes quitte à utiliser des tactiques marketing agressives.

Moi ce n'est pas du tout mon crédo, alors je le dis, et je me positionne.

Un truc qui marche bien si tu as du mal à rédiger ce genre d'emails : faire un « VS ».

Par exemple : ici j'oppose la vente éthique VS la vente poussive.

Pour mon client Vincent dans la thématique de l'éducation canine, j'avais fait un email « Education douce VS Education violente ».

Pour mon client Richard dans la thématique de la séduction, j'avais fait « Séducteur gentleman VS Homme en chien » (c'était un peu virulent, mais la thématique s'y prêtait, et ça a super bien marché).

Je galère aussi à rédiger ce genre de mails, alors j'utilise souvent cette technique, que ce soit pour moi ou mes clients.

Ensuite tu vas voir que ça vient tout seul à rédiger, et que ça « qualifie » tes prospects comme il faut lorsque tu leur présenteras ton produit.

Car ils n'auront qu'une hâte : voir ce que tu as à leur proposer et qui est dans cette veine du « Je ne suis pas comme les autres ».

Titre : Vendre sans vendre (VS vendre de façon poussive)

Salut Théo,

S'il y a bien une chose dont je me suis rendu compte depuis que je rédige des pages de vente depuis 3 ans, **c'est qu'il existe 2 écoles de vente.**

Il y a l'école de vente poussive (à l'américaine, où on empile les bénéfices et les promesses pour vendre, où on ne fait que parler de son produit en disant "C'est moi le meilleur !" pour réussir à convaincre) ...

Et il y a l'école de vente éthique.

Où on prend le temps de comprendre son prospect, ses besoins et ses problèmes ...

Où on s'adresse à lui comme un ami, une personne qu'on a vraiment envie d'aider ...,

Et où on n'essaye pas de lui refourguer son produit, mais plutôt **de lui offrir la meilleure solution possible.**

Ces deux écoles, elles sont radicalement différentes.

—> *NOTE : Je commence à opposer les deux « identités » de ma thématique. C'est parti pour le fight (et pour prendre position sur celle en laquelle je crois vraiment).*

Et je ne vais pas te mentir : il y en a une qui marche 10 fois mieux que l'autre.

Tu l'aurais compris, c'est la vente éthique qui marche le mieux. Et non seulement elle marche 10 fois mieux, mais **elle est en plus 10 fois plus agréable à utiliser**.

Maintenant, je ne vais pas te mentir non plus :

Cette vente éthique, elle est plus difficile à utiliser.

Je me souviens qu'au début de mon activité de copywriter, je créais des pages de vente poussives.

Et ce n'est pas parce que j'aimais faire le bourrin ! C'est juste que je ne savais pas faire autrement.

Quand j'arrivais devant la page blanche, je n'étais pas à l'aise, et **je ne savais pas comment me connecter émotionnellement à mon prospect**, pour qu'il désire mon produit par exemple.

Alors je vendais "à l'américaine". En parlant surtout du produit que je devais vendre.

Pire :

Je pompais des structures de page de vente sur le web, sans véritablement chercher à comprendre ce que voulait mon prospect.

Pour être honnête, d'un point de vue résultat, ce n'était pas si pire que ça :

Ça vendait, augmentait les ventes de mes clients, et ça me permettait de mettre du pain sur la table chaque soir.

Mais d'un point de vue moral ?

Je ne me sentais pas à l'aise.

C'est simple : je n'aimais pas ce que j'écrivais.

—> NOTE : Il faut ensuite montrer, expliquer pourquoi tu es plutôt partisan d'une « école » plutôt que d'une autre. Pas besoin d'en faire des tonnes : sois juste sincère, honnête. Raconte ton histoire.

Pour les email de mon client Laurent dans la thématique de la perte de poids, je dis par exemple que j'en ai marre de ces régimes à la con qui ne font que donner des petites astuces.

Et je dis que je préfère largement les trucs plus chiants à mettre en place comme compter ses calories et manger sainement plutôt que des astuces à la con du genre ne manger que des pommes / boire du thé.

Au final, il s'agit de prendre le parti de la vérité et de ce qui marche vraiment ... même si c'est plus dur, même si c'est plus long (pour montrer à tes lecteurs que tu te soucies d'eux, et que tu souhaites qu'ils obtiennent de vrais résultats avec toi).

Ou alors ça peut simplement être en te positionnant contre un truc que tu détestes, comme j'ai fais avec mon client Vincent dans la thématique de l'éducation canine, avec « Education douce VS éducation violente ».

Et à chaque fois que je terminais une page de vente, je ne pouvais m'empêcher de la détester.

Pour tout te dire, même si j'avais été la cible du produit que je vendais pour mes clients, je ne l'aurais jamais acheté.

Juste parce que la page était trop poussive.

C'est là que j'ai décidé de faire un virage dans mon activité de copywriter.

Je me suis dis que toutes les prochaines page de vente que j'allais rédiger seraient honnêtes.

Que je ne ferais plus le bourrin, même si c'était plus dur, et même s'il fallait que je passe plus de temps à rédiger et à comprendre mon prospect.

Effectivement, **ça a été plus dur**. Ça a été plus long.

Mais petit à petit, j'ai découvert 3 choses sur la vente éthique :

1. **C'est beaucoup plus gratifiant** (tu deviens fier d'avoir une belle page de vente qui parle bien à ton prospect, qui est honnête)
2. **Ça vend beaucoup plus** (je n'y croyais pas au début : les résultats sont incomparable. Jusqu'à 10 fois plus de vente)
3. **Et ce n'est pas si dur que ça !**

Au début, quand tu ne sais pas comment t'y prendre, c'est vrai : ce n'est pas facile.

On te dit qu'il faut que tu te connectes émotionnellement à ton prospect ...

Que tu parles de ses désirs et de ses frustrations ...

Et ce n'est pas simple. On a vite fait d'être perdu, de se demander par où commencer ...

Mais une fois qu'on sait comment faire ?

Qu'on a une méthode précise qui nous guide ?

Ça va tout seul.

Et on finit par adorer les pages de vente.

Parce qu'on gagne du beau cash dès qu'on la met en ligne, et que ça devient beaucoup plus facile de les rédiger.

Ça fait maintenant 3 ans que je rédige des pages de vente de cette manière - de façon éthique.

J'ai augmenté les ventes de dizaines de client dans des dizaines de thématiques différentes grâce à ça.

Et ces dernières semaine, j'ai bossé comme un fou pour compiler tout mon processus de rédaction dans une formation.

Pas un truc qui serait compliqué, mais quelque chose de simple. De logique.

Et qui te montre le processus exact que j'utilise pour rédiger page de vente qui marche sur page de vente qui marche - en seulement 6 étapes.

Ça s'appelle "***Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND***", et ça sort demain.

Cette formation, elle est faite **pour tous les entrepreneurs et blogueurs qui veulent réussir à vendre beaucoup de leur produit ou service, mais sans passer pour un marchand de tapis.**

—> ***NOTE : Tout le but de l'email « Philosophie » est là : choisir un camp, montrer pourquoi tu penses que c'est le meilleur, et DIRE QUE C'EST CE CAMP que tu représentes dans ton produit / service.***

Ensuite ? Tu dis simplement que ça sort lundi prochain ;-)

(Et sans se prendre la tête des heures, voire des semaines sur la page de vente).

Si aujourd'hui tu ne fais pas (ou peu de ventes) et que tu sens que tu peux faire plus ...

Que tu **VEUX** faire plus ...

"Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND" est ***faite*** pour toi.

Je vais te montrer exactement comment rédiger une page de vente qui marche - étape par étape.

Comme si tu étais derrière mon épaule et que tu voyais en direct tout ce que je faisais.

La formation ouvre ses portes demain, à 9 heures (heure de Paris).

—> **NOTE** : Annonce ton produit et donne envie d'ouvrir le prochain email qui en parlera.

Moi je dis « demain » car cet email a été envoyé lundi, mais je te conseille de l'envoyer vendredi, pour laisser passer le weekend, et que tu annonces la surprise lundi.

Tu diras donc : « Mon produit / Je sors mon service ce lundi qui arrive. »

Et il y aura une grosse surprise pour les *premiers* clients.

À demain,
- Théo

Semaine de vente (6 emails) :

1) Pitch

Tu as accroché l'attention de ton prospect.

Tu lui as apporté de la valeur.

Tu lui as montré que tu pensais d'une certaine façon, que tu avais une « philosophie » différente des autres.

Il est désormais l'heure de vendre - et c'est tout ce dont est à propos cet email « Pitch ».

Le principe est très simple, et ça tient en 5 étapes très simples :

1. Ça ouvre
2. Ce que c'est
3. Ce que ça va t'apporter
4. Pour qui c'est fait

5. Ce que ça contient : bullet points

Tu fais ça, tu dis ensuite la date à laquelle les portes de ta formation ferme / à quelle date ta promotion expire, et tu vois que tu vas encaisser de belles ventes rien qu'avec ce tout premier email de vente.

(Et tu vas voir que j'ai utilisé toutes ces étapes dans *ma propre* séquence pour ce premier email de vente) ...

Titre : Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND (ouverture des portes)

—> *Je te conseille un titre classique, en mettant le nom de ton produit et en disant que les ventes sont ouvertes. C'est ce qu'attendent tes prospects à ce moment-là de ta séquence : que tu leur parles en détail du produit / service que tu as annoncé vendredi dernier.*

Théo, j'ai une grande nouvelle à t'annoncer aujourd'hui :

Ma toute nouvelle (et toute première) formation pour apprendre à rédiger des pages de vente qui marchent est ENFIN en ligne.

Ça se passe ici :

Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND.

Sans blablater pendant des heures, voici concrètement pour qui elle est faite (et ce qu'elle contient).

—> *NOTE : Là je dis que ça ouvre (1).*

Pour qui est faite cette formation ?

"Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND", est une formation pour les entrepreneurs et blogueurs qui veulent générer plus de ventes avec leur site (**mais qui bloquent à cause de leur page de vente**).

Si aujourd'hui tu vends un produit ou un service MAIS que tu en as

marre de ne pas faire (ou pas assez) de ventes ...

Et que pour toi **page de vente rime avec cauchemar** (parce que tu ne sais pas par où commencer, ni ce que tu dois dire dedans ...)

Alors "Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND" est LA formation qu'il te faut.

—> *NOTE : Là je dis pour qui c'est fait (2).*

Pourquoi ? Parce que ce n'est pas une simple formation copywriting.

Dedans, je ne vais pas juste te donner une série de tactiques marketing sympa, ou une petite structure comme ça à la va-vite.

Non.

Dans cette formation, **je t'emmène littéralement dans les coulisses de mon activité de copywriter.**

Je vais te te montrer la méthode que j'utilise depuis 3 ans - **ETAPE PAR ETAPE.**

—> *NOTE : Là je dis ce que c'est (3).*

Celle-là même qui m'a permis de rédiger une centaine de page de vente et **d'augmenter les ventes de dizaines de clients, dans des dizaines de thématiques différentes.**

Pour que tu puisses ensuite **TOI-MÊME** l'utiliser ... et **augmenter TES propres ventes.**

—> *NOTE : Là je dis ce que ça va apporter (4).*

C'est aussi pour ça que j'ai mis autant de temps à la sortir.

Non seulement parce que je voulais qu'elle soit parfaite (c'est le cas aujourd'hui) ...

Mais aussi parce que je voulais la rendre **la plus simple possible.**

Je déteste ces longues formations qui te donnent 47 étapes juste pour mieux écrire ta page.

À la fin, tu es encore plus perdu qu'au début, et tu n'as pas avancé d'un iota sur ta page.

Donc tu n'as pas de résultats concrets (c'est à dire : des ventes).

"*Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND*" est différente.

Parce que même si je te donne tout (absolument TOUT) ce que tu dois savoir pour rédiger une bonne page de vente ...

Je te le donne en condensé. *Uniquement l'essentiel.*

Le but n'est pas que tu deviennes un copywriter d'élite avec cette formation.

Le but est que tu en saches suffisamment pour rédiger ta page de vente comme il faut, et générer du gros cash.

[Clique ici pour obtenir ta formation dès maintenant.](#)

Qu'est-ce qu'elle contient ?

Cette formation suit une structure logique qui te montre **en 6 étapes comment rédiger la meilleure page de vente possible.**

C'est simple :

Tu suis les 6 modules étape par étape, **et tu es SÛR d'avoir une page de vente qui vend à la fin.**

(Et surtout : une page de vente dont tu es fier. Car elle est éthique, et qu'elle respecte ton prospect et tes lecteurs).

[Voici comment ça se présente :](#)

Dans chaque module, tu as deux vidéos :

—> *NOTE : Et là je vais dire tout ce qu'elle contient.*

Avec d'abord les fonctionnalités (les 6 modules, les deux vidéos dans chaque module) ...

Et ensuite les bénéfices (avec les bullet points plus bas).

Et de 5 ! Le compte est bon ;-)

1) Une vidéo où je te parle en direct et où je t'explique exactement ce que tu dois faire pour chaque partie de ta page, pour qu'elle vende un maximum ...

2) Une deuxième vidéo où je filme mon écran, et où je te montre en direct COMMENT j'ai appliqué ce que je viens de te dire sur une page de vente réelle que j'ai rédigé pour un de mes clients (et qui génère des milliers d'euros en ce moment-même)

Comme ça tu sais exactement ce que tu dois faire et comment le faire ... Et tu me vois en plus appliquer en direct ce que je viens de te dire.

Tu ne peux pas te tromper.

Voici un aperçu de ce que tu découvrira à l'intérieur :

- **Comment rentrer dans la tête de tes prospects pour savoir exactement quoi dire sur ta page ensuite** (C'est en commençant par ça que l'on rédige une page de vente facilement, et surtout qui MARCHE)
- **Comment savoir exactement quoi dire dans ton introduction pour accrocher l'attention de ton prospect** (puis qu'il lise toute ta page, en entier, et qu'il ait un désir ardent de posséder ton produit)
- **Storytelling : tout le monde a ce mot à la bouche, mais personne ne te l'explique véritablement.** Dans ce deuxième

module, je te montre comment raconter une histoire qui est sûre de 1) Captiver tes prospects 2) Vendre

- **La méthode en 4 étapes (que j'utilise sur TOUTES mes pages de vente) pour venir avec une offre irrésistible** (en lisant ton offre rédigée ainsi, ton prospect n'aura d'autre choix que de sortir sa carte bleue tellement il désirera ton produit)
- **Le petit truc qui va tout changer sur ta page de vente lorsque tu vas l'appliquer** (c'est à mettre dans ton offre, et ça a été une vraie révélation pour moi quand je l'ai découvert. C'est précisément ÇA qui va donner envie à ton lecteur d'acheter ce que tu vends, et pas dans deux semaines, **mais MAINTENANT**)
- **"Le triangle de la sécurité" : Comment rassurer ton prospect comme il faut après ton offre en seulement 3 étapes** (et être ainsi sûr de faire le plus de ventes possibles)
- **Pourquoi rédiger ton titre uniquement à la fin** (et comment cela peut ruiner tes ventes si c'est la première chose dont tu t'occupes)
- **La formule parfaite pour venir avec un titre qui est SÛR d'accrocher l'attention de ton prospect et de lui donner envie de lire toute la page** (cette formule marche dans N'IMPORTE QUELLE thématique)
- **"Conclusion binaire" : Le seul type de conclusion que j'utilise et j'applique maintenant sur toutes les pages de vente de mes clients** (plus la méthode en deux tapes pour rédiger une conclusion de ce genre sur TA page à toi)

Cette formation a déjà aidé des dizaines de personnes comme toi (qui ne faisaient pas - ou peu de ventes avec leur site).

Quand je suis repassé sur leur page avec ma méthode, leurs ventes ont été décuplées.

Et leur business a explosé.

Aujourd'hui, c'est TOI qui peut avoir ce genre de résultat sur TON

site.

La méthode que j'ai utilisé pendant plus de 3 ans pour générer des milliers (voire des dizaines de milliers) d'euros pour mes clients est enfin disponible.

Je te la détaille entièrement ici - étape par étape - et de la manière la plus simple possible.

Si je devais rédiger ma toute première page de vente sans me pendre la tête, et en étant sûr que ce que j'écrive vende ...

C'est la formation que je révèrerais d'avoir.

Elle est normalement en vente à 497€.

Mais pour fêter l'occasion - comme c'est ma première formation - je t'offre une énorme promotion de 200 euros. (oui oui, c'est pas une blague)

Pour en profiter, c'est simple : **il faut agir maintenant** (ça dure seulement jusqu'à samedi 20 heures, heure de Paris) ...

Et cliquer sur ce lien.

—> *NOTE : Voilà, c'est tout ! Une fois que j'ai mes 5 étapes, une fois que j'ai finir par mes bullet points, je dis qu'eux aussi peuvent avoir ces résultats, et je leur dis que la promotion expire dans 4 jours. Fini !*

A tout de suite de l'autre côté,

- Théo "***Le changement c'est maintenant***" Rossi

2) Preuves

Je fais un peu fait le fofou dans cet email en le commençant d'une manière un peu particulière. Mais ça c'est rien : c'est juste parce que c'est mon style, que j'ai eu cette idée d'introduction, et que je l'ai trouvé sympa.

Tu peux faire ça à ta sauce, et si tu veux rester classique, pas de soucis ! Bien au contraire.

Ce que tu peux faire pour réussir cet email à coup sûr :

- 1) Avoir un titre classique qui donne directement le ton du sujet, du genre « Est-ce que X marche vraiment ? » (X étant le nom du produit / service que tu vends)
- 2) Commencer ton email en disant que tu sais que certains produits peuvent être une « arnaque », qu'ils ne sont pas aussi complets que ce qu'ils devraient l'être, que ça peut faire peur d'acheter une formation ou un produit en ligne ...
- 3) Et donc que tu vas les rassurer aujourd'hui sur ce sujet. Comment ? En utilisant 2 points bien précis :
 - Un : des témoignages : plus tu as de témoignages, mieux c'est
 - Deux : en mettant en avant ta garantie

C'est ce que je fais dans cet email.

Note : Si tu n'as pas encore de témoignages, remplace-ça en disant pourquoi tu as créé ton produit, pourquoi tu as lancé ce service. Ça permet de crédibiliser ton propos, de rassurer tes prospects.

Par exemple : « *J'ai créé ce cours sur l'éducation canine parce que je n'en peux plus de voir des maitres qui ne savent pas éduquer leur chien et qui ont une mauvaise vie des deux côtés (autant pour le chien que pour le maitre), ou alors pour les maitres qui sont à bout et qui finissent par devenir violents avec leur petite boule de poil.* »

Titre : Doit-on pendre Théo ? (email bizarre, mais vrai)

—> *Encore une fois, je te conseille un titre plus classique, et une structure de même. Si tu as une petite idée d'intro rigolote qui passe, tu peux la faire. Mais sinon, tu fais ce que je t'ai dis en haut avec les deux étapes mentionnées - et tout ira très bien.*

Eeeeeeeet ...

Bienvenue dans LE nouveau jeu télévisé du moment :

« Est-ce que je dois tuer mon marketeur ? »

Alors oui, nous en convenons : le titre est un peu peu violent. On a d'ailleurs eu du mal à avoir les droits pour diffuser cette émission.

Mais finalement ? **L'émission est en ligne, et on va s'amuser comme des petits fous !**

Alors ...

QU'EST-CE QUE « Est-ce que je dois tuer mon marketeur ? » ...

Eh bien, le principe est simple : on va aujourd'hui répondre à la fameuse question : « *Est-ce que Théo est un escroc ?* »

Si c'est oui, méchant Théo disparaît (il est d'ailleurs déjà sur la potence au cas où si la réponse est positive) :



Règle n°1 : Toujours garder un certain sens du style, même au plus proche de la mort.

Règle N°2 : S'en foutre de prendre des photos dans des bibliothèques d'images qui ont encore les logos dessus.

Mais si c'est non ? **Alors gentil Théo s'en sortira.**

Il pourra continuer à vivre sa vie, et à faire ses montages pourris sympatoches dans ses emails.

La plupart des invités qui viennent dans cette émission se défendent généralement bec et ongle pour prouver qu'ils sont innocents (j'adore cette expression).

Théo a choisi de faire les choses différemment.

Il nous a laissé entendre qu'il voulait dire une seule phrase, et qu'il préférerait ensuite laisser ses clients parler pour lui.

Théo, c'est à toi de jouer mon grand ...

Fioou. Bon, ok : ces mecs sont dingues. Mais aussi bizarre que ça puisse paraître ?

Je ne suis pas inquiet de la corde qui est autour de mon cou en ce moment même.

Pourquoi ? Parce que j'ai confiance en mon contenu. Je sais que ce que je dis est vrai (et que ça aide les gens).

En fait, j'aimerais te poser une question aujourd'hui Théo :

Est-ce que tu as déjà été déçu en achetant une formation ?

Du genre tu avais plein d'espoir et tu voulais apprendre plein de choses en entrant dans la formation ... Mais non.

Ce n'était que du réchauffé. Du déjà-vu. Et des tactiques de bas niveau.

Moi oui. Ça m'est arrivé plein de fois.

Et honnêtement ? Je trouve ça hyper frustrant.

—> *NOTE : J'empathise avec le fait que certaines formations ne sont pas aussi complètes qu'elles ne devraient l'être, et que c'est frustrant. Je vais ensuite les rassurer en leur montrant que moi c'est différent. Comment ? Avec 1) mes témoignages (si tu n'en as pas explique et raconte pourquoi tu as créé ce produit) 2) ma garantie à la fin.*

C'est pour ça qu'avec « [Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND](#) », j'ai tenu à éviter ça À TOUT PRIX.

Alors oui, bien sur : tu vas voir des trucs que tu as déjà vu (et que j'ai déjà dit) dans la formation.

C'est normal : on ne peut pas réinventer la roue.

Si des mecs qui utilisent encore et encore la même structure génèrent des millions comme ça... c'est qu'il peut être intéressant de s'y pencher.

Mais s'il y aura des trucs que tu as déjà vu ? **Il va aussi y avoir des infos de malade !**

Des trucs que tu n'auras jamais vu, que je ne t'aurais jamais dis, et qu'on ne t'aura jamais dit tout court.

Mais plus important que tout ? **C'est une formation qui MARCHE :**

Le résultat du travail de Théo est bluffant. Je suis passé de la Simca 1000 à la Lamborghini Huracan.

On hésite toujours à dépenser 1000, **mais lorsque ça vous rapporte 30.000 ... par an**, ce n'est plus une dépense, c'est un investissement (très) productif.



**Eric LARET -
Installation du
Thérapeute**

Merci à toi théo de m'avoir aidé à **mieux convertir mon produit grâce à une page de vente et des emails très efficaces**. Au plaisir de retravailler avec toi :)



**Richard LOUËT -
Pickup Alliance**

Je vais faire court : si vous souhaitez générer plus de ventes, **engagez Théo**.

Je suis passé de 2500€ par mois à (minimum) 4000€ par mois ... rien qu'avec la nouvelle page de vente qu'il a rédigé pour moi.



Laurent MICOT

Un vrai travail de pro ! Très bonne communication et une belle réalisation. Pas de doute, **Théo connaît son sujet. Je le recommande vivement !**



**Caroline COSPAIN -
Centre Paramédical
Lecourbe**

Excellent ! comme d'habitude. Si vous cherchez un Copywriter pro contactez Théo!

Ali - DATANIUM

Théo est vraiment très pro. Un maximum d'efficacité et un très bon copywriter. Ce fut un réel plaisir de lire ses copywriting :)



**Leandro LOZAHIC -
Formateur Pro**

Il est rare de trouver un BON copywriter qui maîtrise TOUS les points importants du copywriting. **Théo a pu rédiger un super copy qui, à la fois, raconte une story et influence le lecteur à prendre action !**

Théo est mon copywriter de choix, je vous le conseille fortement !



**Joseph ATALLAH -
Entreprise Atallah**

Travail de très grande qualité de la part de Théo. **Page de vente et séquence de mails parfaites.**

A bientôt sûrement !

Fabrizio - SPORTASTIC

Un grand merci à Théo pour son travail de qualité. **Nous le recommandons totalement.**

D'autres missions lui seront confiés.



**Mathias - PARIS
GESTION IMMOBILIER**

[Clique ici pour voir tous les témoignages en grand.](#)

—> *NOTE : Là les témoignages ...*

On me demande souvent comment c'est possible que des gens soient prêt à me payer 3000 ... 4000 ... parfois 6000 euros pour une simple page de vente.

(On pensait même que je vendais de la drogue en cachette pour me faire tout cet argent au début, hahaa).

Mais au final ? **C'est simple à comprendre :**

Si des gens me payent aussi cher (et sont HEUREUX de le faire), c'est parce qu'ils gagnent **ENCORE PLUS D'ARGENT.**

Regarde : rien qu'après le premier lancement de leur nouvelle page de vente, ils récupèrent leurs investissement ...

Et ils le multiplient par 10.

Et ça continue comme ça, mois après mois. Année après année.

*Quand on dit qu'une bonne page de vente peut changer un business, **c'est vrai.***

Maintenant, si tous ces gens sont heureux de leurs résultats, c'est parce que j'ai utilisé **une méthode bien précise** pour les aider à développer leurs ventes.

Une méthode simple, en 6 étapes, et qui marche dans TOUTES les thématiques.

Cette méthode, c'est celle que je te montre aujourd'hui dans ma toute nouvelle formation :

[Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND.](#)

Et devine quoi ? **Tu ne vas pas avoir besoin de me payer une fortune pour ça.**

En fait, c'est 40 fois moins cher, et c'est pourtant exactement la même chose.

Si tu m'embauchais pour que je rédige ta page de vente, c'est *exactement* ce que je ferais pour toi.

Sauf que là tu vas être derrière mon épaule, pour voir exactement comment je rédige une page de vente, et à entendre mes explications en direct.

PLUS : tu auras la formation à vie, et tu pourras t'en servir pour rédiger toutes tes prochaines page de vente. C'est une affaire en or.

Et EN PLUS ? C'est encore moins cher que d'habitude.

Car pour fêter la sortie de cette première formation, tu dispose d'une énorme promotion de 200 euros.

Ça dure jusqu'à samedi soir 20 heures - heure de Paris - et après c'est fini.

Si tu veux en profiter pendant qu'il en est encore temps, c'est maintenant ou jamais.

[Le lien pour entrer dans la formation et profiter de l'énorme promo est ici.](#)

J'ai hâte de te retrouve de l'autre côté pour te montrer comment tu peux générer tout un tas de ventes avec une belle page de vente éthique dans seulement quelques jours.

A tout de suite,
Théo

P.S : La méthode que je te montre est celle que j'utilise depuis 3 ans et qui m'a permis de rédiger une centaine de page de vente avec succès.

C'est concret. **C'est du solide.**

C'est pour ça que je suis fier de te la proposer aujourd'hui ... et c'est pour ça que je suis autant confiant quant aux résultats qu'elle va t'apporter.

En fait, je suis tellement confiant de la qualité de mon enseignement que **je te garantis la formation 100% satisfait ou remboursé - pendant une durée complète de 60 jours.**

Si si, tu as bien entendu. Pas 15 ... pas 30 ... même pas 45 ...

Mais 60 jours.

60 jours complets, pour tester entièrement la formation, et voir si elle te plait.

C'est simple : si au bout de 60 jours tu m'envoies un email où tu me montres que tu as fais les exercices et que ça n'a pas augmenté tes ventes, **je te rembourse immédiatement.**

—> **NOTE : ... et là la garantie.**

Sans poser de questions.

(Normalement, tu devrais doubler tes ventes avec cette nouvelle page de vente. Oui, c'est aussi puissant).

3) La F.A.Q (Foire aux Questions)

En temps normal, je te recommande de faire un email FAQ le troisième jour.

C'est très simple :

- Tu mets un titre « Toutes vos questions répondues à propos de X » (X étant encore et toujours le nom de ton produit)

- Et tu copies-colles simplement la F.A.Q que tu as sur ta page de vente (écrite avec les vraies questions comme je te montre dans ma formation sur la page de vente - et comme je te montre dans l'email « Valeur » juste en-dessous d'ailleurs)

Si tu n'as pas encore de F.A.Q sur ta page ? Tu en rédiges une, et tu la mets dans ton email et sur ta page.

Mais globalement, c'est tout. Tu n'as besoin de rien de plus.

Ici dans ma séquence, je n'ai pas fait ça. L'email que j'ai envoyé ce jour-ci est un peu particulier et s'appelle « La vraie raison ».

Le but : dire la vraie raison pour laquelle j'ai créé ma formation en y allant franco, de manière émotionnelle, avec ce que je pense vraiment.

Si j'ai fait ça, c'est parce que le prochain email combinait déjà les deux e-mails suivants en un seul : la F.A.Q, et la valeur.

Du coup je me suis permis d'en faire un différent. Je te le mets en bas pour que tu voies si tu veux.

Mais toi, je te conseille de simplement faire l'email F.A.Q pour troisième jour.

Ça marche, et comme ça, tu es sûr de ne pas te tromper.

Titre : Ça me fait péter un câble

Quand je vois ça, j'ai envie de tout casser.

Sérieusement, ça me fout en rogne comme pas possible.

De quoi je parle ? De ces marketeurs qui se font des fortunes sur le dos des gens en vendant de la merde.

Tu sais bien. Ces gens qui te vendent une solution miracle qui a l'air tellement alléchante et appétissante ... **mais qui en vérité ne sert à rien.**

Pourtant, la vérité, ils la connaissent bien ces maketeurs.

Ils savent que pour pouvoir rédiger une bonne page de vente, ce dont ont besoin les gens est **d'apprendre à connaître leur prospect.**

Pour rédiger quelque chose de solide.

Ils le savent, puisque c'est ce qu'ils font EUX-MÊME pour leur propre page de vente - pour être sûr de générer de vraies ventes.

Et pourtant ? **Rien n'y fait.**

Ils font comme s'ils étaient aveugles, comme s'ils ne voyaient pas le vrai problème ...

Et ils continuent à vendre leur formation à deux balles.

Où ils te donnent des tonnes de formules en tout genre, et une structure bidon pour t'apprendre à faire plus de ventes.

La question, c'est *POURQUOI* ? Pourquoi ils font ça ?

La réponse est simple : **parce que ça ne vend pas.**

Dire que pour réussir à vendre il faut d'abord que tu apprennes à connaître ton prospect (et que tu rédiges ensuite ta page de vente selon ce que tu as appris sur lui) ...

C'est BEAUCOUP moins sexy que de dire que tu peux réussir à vendre en suivant un plan de page de vente en 17 étapes.

C'est triste, mais **c'est la réalité.**

Et c'est pour ça qu'il y a des gens honnêtes qui ont des bons produits (ou services) ...

Qui veulent juste faire plus de ventes pour aider encore plus leurs lecteurs ...

Et qui n'arrivent pas à augmenter leurs revenus.

Tout ça à cause de quelques connards (pas tous, heureusement) qui s'enrichissent sur le dos de ces gens honnêtes **en vendant du vide.**

Résultat ? Les gens qui achètent ces formations ne se retrouvent pas plus aidés qu'au début, et ils perdent de l'argent au lieu d'en gagner.

Je ne sais pas toi, mais moi, **ça me fait péter un câble. Littéralement.**

Parce QU'EN PLUS, ces gens honnêtes se retrouvent parfois dans une situation *encore pire* qu'au début.

Tout ça parce qu'on leur a donné une structure qui ne correspond (absolument) pas du tout à l'état d'esprit de leurs lecteurs ou de leur thématique - et donc qui ne marche pas pour eux.

Tout un potentiel gâché ...

Alors voilà, moi, je le dis :

J'EN AI MARRE DES MARKETEURS et de leurs formules ou structure de page de vente à 2 balles.

Je ne suis pas un marketeur : **je suis un copywriter émotionnel.**

Je n'apprends pas aux gens à augmenter leur taux de conversion de 3% avec une petite formule de titre.

Je leur apprend à comprendre profondément leur prospect, pour qu'ils rédigent une page de vente qui les captive, et qui leur rapporte de grosses ventes solides.

Pour qu'ils puissent ensuite rédiger des tas de pages de vente authentiques facilement ...

Pour générer encore plus de sous ...

Et transformer leur simple site en un business *rentable*.

Un business qui leur permet de vivre, très bien vivre, et qui leur offre une énorme liberté.

Si tu me suis aujourd'hui et que tu ne fais pas (ou pas autant que tu aimerais) de ventes avec ton produit ?

Arrête le marketing.

Ce dont tu as besoin, c'est **d'apprendre à connaître ton prospect.**

Pour savoir exactement quoi dire pour accrocher son attention ...

Pour réussir à le convaincre de sortir sa carte bleue pour acheter ce que tu vends ...

Et pour pousser les gens à l'action par tes mots.

C'est pour ça que j'ai sorti ma formation.

Parce que c'est *exactement* ce que je t'apprends à faire dedans.

Bien sûr, **tu as le droit d'ignorer ce message.**

De continuer à courir après les petites techniques et les hacks.

Mais ça, c'est la facilité.

Ou à l'inverse, **tu peux choisir d'écouter le jeune Théo.**

En te disant que si j'ai fais ça pendant 3 années complètes - après avoir rédigé une bonne centaine de page de vente - *j'y connais peut-être quelque chose en copywriting.*

Et que si je me casse le c** à te donner une vraie méthode qui marche (et pas juste quelques formules de titre et basta), **c'est parce que c'est ÇA qui marche.**

Pour que tu obtiennes des résultats **concrets** (des ventes, dans moins d'une semaine).

C'est l'avant-dernier jour pour accéder à la nouvelle formation :

[Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND : Comment rédiger une page de vente qui te rapporte réellement de l'argent, tout en restant authentique, et sans te prendre la tête](#)

Après demain minuit (heure de Paris), le code qui fait baisser le tarif de la formation à 297€ au lieu de 497€ expirera définitivement.

Voir si le code est toujours valable : <https://theorossi.podia.com/dans-les-coulisses-d-une-page-de-vente-qui-vend?coupon=PREMIERE>

À tout de suite dans la formation,
- Théo

4) La Valeur - Le Retour

Un email que j'adore et qui marche du feu de dieu.

Pourquoi ? Parce qu'on est à la fin de la séquence ...

Que ton lecteur a beaucoup entendu parler de ton produit ...

Et que tu lui donnes une bouffée d'air fraîche en lui apportant à nouveau de la valeur.

Résultat ? Il est content, il apprécie, et en plus : tu peux faire des tas de ventes avec cet email si tu l'écris bien. Voici comment ...

Le but : apporter de nouveau de la valeur en disant ensuite que ça vient de ton produit et que ce qui s'y trouve à l'intérieur est beaucoup plus complet.

Le principe est de donner une méthode / un conseil / une technique / ce que tu veux tiré directement de ton produit ...

De dire que ce n'est rien comparé à ce que tu donnes en privé dans ton contenu payant ...

Et de faire le lien vers ton offre.

Tout le travail de cet email revient à chercher ce qui pourrait *claquer* en terme de contenu à donner à tes lecteurs et qui se cache dans ton produit. Genre un truc

bien cool, différent, qui amène directement de la valeur ... et où on a envie de découvrir la suite.

Personnellement, j'ai opté pour le « conseil sur la F.A.Q ».

J'ai dit qu'une des étapes négligées dans une page de vente était la F.A.Q ...

Que ça pouvait pourtant rapporter de belles ventes en la mettant ...

J'ai montré comment je l'avais fait sur une page de vente réelle rédigée pour un client ...

Puis j'ai ensuite dit qu'il y avait ce genre de conseils, plus des trucs bien plus gros (et qui rapportaient bien plus de ventes)

C'est un des emails qui a le mieux marché de ma séquence. Je te recommande de l'utiliser.

Titre : Un truc concret pour augmenter tes ventes dès demain (comme ça, gratuit)

—> *Pour le titre, je te conseille un truc simple et direct, orienté bénéfique. Tu peux même reprendre cette structure :*

Un truc concret (ou une méthode / technique si tu veux être plus précis) pour [Bénéfice principal attendu par ton prospect]

Le but c'est juste de laisser souffler dans la séquence de vente en apportant de nouveau de la valeur, et en montrant que tu as un truc super cool à leur donner.

Salut Théo,

Aujourd'hui, je vais te donner un conseil concret à appliquer sur ta page de vente.

UN SEUL truc ...

Pour que ça soit concret ...

Rapide ...

Et que tu fasses plus de ventes *dès* demain.

Juste avant, je te rappelle que le code promo pour accéder à la formation "***Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND***" à prix cassé (297€ au lieu de 497€) **expire demain à minuit**. Après ? C'est fini.

Revenons à nos moutons.

Ce fameux truc qui va augmenter tes ventes dès demain ... qu'est-ce que c'est du coup ?

Eh bien, je vais te le dire maintenant, sans plus de bla-bla :

Mettre une F.A.Q sur ta page de vente.

Oui, tout simplement.

C'est basique. Rien d'extraordinaire. **Mais ça marche.**

—> *NOTE : Voici comment j'apporte le conseil pour cet email de valeur.*

Les gens oublient trop souvent que vendre, ce n'est pas parler en boucle encore et encore de son produit.

C'est prendre le temps de comprendre son prospect, pour le rassurer, et le guider petit à petit vers la meilleure solution pour lui.

C'est ÇA la différence.

Les mauvais vendeurs poussent.
Les meilleurs vendeurs guident.

Et c'est pour ça qu'une foire aux questions est aussi efficace sur une page de vente.

Mais attention ! **Je ne parle pas de n'importe quelle F.A.Q.**

Non.

Je te parle d'une *vraie* foire aux questions. Celle qui répond aux vraies questions de ton audience - et même (surtout) les plus délicates.

Un exemple d'une F.A.Q parfaite ? Celle sur la page de vente de mon client Antoine, pour sa formation Bourse Domination :

🔗 **Est-ce que ça va fonctionner pour moi ?**

Des centaines de clients ont suivi ma méthode et ont maintenant un portefeuille automatisé et rentable.

🔗 **"Je peux le faire tout seul."**

C'est possible de le faire seul. Mais le temps que tu vas passer à apprendre tout ce que j'ai mis des années à apprendre pour le condenser dans cette formation vidéo va te faire perdre de l'argent.

🔗 **"Comment être sûr que ça marche ?"**

100% des personnes qui sont investisseurs aujourd'hui ont un jour commencé à créer un petit portefeuille. Tu as 14 jours pour mettre en place le tien et voir si cela te convient.

Si ce n'est pas le cas (parmi les centaines de personnes que j'ai accompagnées, ce n'est jamais arrivé), j'insiste pour que tu récupères 100% de ton argent. Je mange même les frais bancaires.

🔗 **"J'ai déjà essayé avec une autre formation et ça n'a pas marché... "**

Je te l'ai dit, j'ai moi-même essayé par tous les moyens et c'est seulement après plusieurs années que j'ai réussi à mettre cette méthode en place. Tu n'as rien à perdre d'essayer pendant 14 jours. Tu me remercieras quand tu seras devenu rentier.

🔗 **"Je n'ai pas le temps"**

Moi non plus. C'est pour ça que j'ai tâché à faire en sorte que cette formation soit la plus pratique possible — et qu'une fois en place ton portefeuille se gère automatiquement.

🔗 **"C'est trop cher"**

Alors tu n'as sûrement pas un esprit d'investisseur, mais de CONSOMMATEUR.

Ce que j'ai fait sur cette page, c'est que je ne me suis pas contenté de répondre aux questions en surfaces.

Je suis allé chercher les questions qui dérangent, comment "*Est-ce que ça va fonctionner pour moi ?*" ou "*Je peux le faire tout seul*", et j'y ai répondu noir sur blanc.

Sans me défiler.

Résultat : les gens voient que tu assures, tu es plus crédible, et tu vends plus.

CQFD.

Je ne peux pas te donner les chiffres. Mais si Antoine vendait bien avant ... **il vend encore plus maintenant.**

Alors BIEN SÛR : ce serait utopique (et un mensonge) de dire qu'Antoine a augmenté ses ventes rien qu'avec ces petite foire aux questions.

Mais ça joue.

Je ne suis pas fan des "hacks".

Mais il faut avouer qu'il y a certain truc qui prennent 30 min à faire à tout casser ... et qui peuvent vraiment jouer sur tes ventes.

Il y en a 5 ou 6 comme ça dans la formation. Des petits trucs que tu peux appliquer en un rien de temps, et qui sont prouvés de te rapporter plus d'argent.

Le reste ? **Ce sont les gros principes.**

—> *NOTE* : Je lie la valeur apportée avec ce que j'offre dans ma formation. Je dis que ce que je viens de donner est dans ma formation, que c'est un échantillon (important) ...

Mais que ce que je donne dans la formation est bien mieux, et plus complet (encore plus important)

Ceux qui sont trop longs ou trop "complexes" pour en parler dans un seul email ...

Mais qui sont ceux qui ramènent les vrais ventes solides.

Pour résumer en une phrase :

Si les hacks font ça : €€€

Les gros principes font ça : €€€€€€€€€€€€€€€€

C'est pour ça que j'insiste autant sur ces gros principes dans ma formation.

Parce qu'une fois que tu comprends vraiment ton prospect, ça change tout.

Car tu sais te connecter émotionnellement à tes prospects ...

Pour qu'ils aient un désir puissant de posséder ton produit ...

Et qu'ils n'aient qu'une envie lorsqu'ils voient ton offre : **taper les chiffres de leur carte bleue le plus vite possible sur leur clavier.**

C'est ce que je fais depuis 3 ans avec mes clients. Et c'est pour ça que j'ai autant de clients satisfaits.

Car quand on applique ces gros principes, les grosses ventes arrivent. **Et beaucoup plus vite qu'on ne le pense**

(En fait, ça paraît même dingue au début. Je pense qu'il faut le vivre pour le comprendre, sincèrement).

Aujourd'hui, c'est à toi que je dévoile cette méthode de page de vente qui vend.

L'accès à la formation est **ici**, et le code promo dure jusqu'à demain soir.

Clique pour en profiter pendant qu'il en est encore temps.

—> NOTE : Ensuite je répète que la promo expire demain soir ... et je mets mon lien. Et c'est tout. Après ça, ton email est fini, et les gens vont acheter en masse.

Moi je mets ensuite ma F.A.Q à la suite comme ça collait bien et que j'ai pu faire deux emails en un ...

Mais toi, je te conseille de faire ton email FAQ la veille, le mercredi ... et ton email Valeur - Le Retour le jeudi, ensuite.

(C'est ce que je fais en temps normal pour mes clients, et c'est ce que je vais faire pour mes autres lancements).

Et si tu veux avoir des réponses à tes questions ?

Je te mets la FAQ exacte que j'ai mis sur ma page de vente juste ici (eh oui, j'applique moi-même ce que je t'enseigne. Je suis pas fou attends : je veux des ventes moi aussi ;)

Est-ce que ça marche vraiment ?

Oui ! **Ça fait 3 ans que j'utilise cette méthode, dans des dizaines de thématiques différentes**, et c'est pour ça que je suis aussi fier de te la présenter aujourd'hui.

(Plus : j'ai tout fait pour te compiler ma méthode dans une formation simple, **qui ne te demande rien de plus que de suivre quelques étapes pour rédiger une page de vente qui marche**. J'ai hâte que tu me dises ce que tu en penses).

Pourquoi acheter une formation payante alors qu'il existe déjà plein de contenu gratuit sur le web ?

C'est une bonne question. Il existe des tas d'articles et de blogs sur le copywriting. Certains sont en plus très bons, et tu peux apprendre des tas de choses en les consultant.

Seulement, il y a plusieurs problèmes avec cette solution (*en fait, il y a en 3*) :

1) Tu n'es jamais sûr de la qualité des informations : Ça peut paraître beau sur le papier, mais une fois que tu appliques ... ça ne vend pas. C'est ce qui m'est arrivé lorsque j'ai essayé de rédiger ma 1ère page de vente avec des ressources gratuites. Et je peux te dire une chose : **ça fait bien chier**.

2) Ça prend du temps : Réussir à vendre avec de simples mots à une personne qui ne t'as jamais vu (et qui te considère comme un inconnu),

c'est souvent plus compliqué qu'on ne le pense. Si tu n'as pas la bonne personne en face de toi qui t'explique ça comme il faut, ça risque de te prendre longtemps (**ça m'a pris 1 an et demi personnellement**).

3) C'est souvent du copywriting poussif : On trouve souvent du copywriting "à l'américaine", trop vendeur sur le web. Si tu veux vendre de façon authentique et préserver tes lecteurs, ce n'est pas vraiment l'approche idéale.

J'ai créé "***Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND***", pour remédier à ces 3 problèmes. En rentrant dans cette formation, tu éties une méthode prouvée qui :

- 1. A déjà marché dans des dizaines de thématiques différentes** (et qui est sûr de marcher pour toi)
- 2. Est ultra-organisée** : Tu n'as qu'à suivre les 6 étapes que je te donne, et tu vends. Rien de plus simple.
- 3. T'apprends à rédiger une page de vente éthique** : Parce qu'elle part de ton prospect, et qu'elle lui parle directement à lui - comme à une personne que tu veux vraiment aider. **Tes lecteurs aimeront comment tu t'adresses à eux - et tu seras fier du résultat final.**

Pourquoi cette formation et pas une autre ?

Il existe des tas de formation sur le domaine du copywriting. Certaines sont très bonnes ... d'autres très mauvaises. **Celle-ci est différente.**

Avec "***Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND***", je ne te donne pas une simple série de tactiques marketing ou une seule structure. Non.

Je te montre comment partir de ton prospect, pour comprendre exactement ce qu'il désire, et pour communiquer de façon parfaite sur ses besoins et ses attentes dans ta page de vente.

Résultat : tu as une page de vente éthique, et qui marche du feu de dieu parce qu'elle s'adresse *exactement* à ton prospect et ce qu'il veut. C'est le grand secret de cette formation.

(C'est pour ça qu'elle est différente de toutes les autres - et c'est pour ça que ça fait 3 ans que je peux augmenter les ventes de mes clients et vivre de mon activité de copywriter).

Je ne vends pas de "formation" ... est-ce que ça marche quand même ?

Oui ! Si tu vends des formations, c'est parfait : cette méthode de page de vente va te permettre d'en vendre des tonnes à tes prospects.

Mais si tu ne vends pas de formations ? Que tu vends par exemple un service, ou même un produit physique ? **Ça marche quand même.**

"Dans les coulisses d'une page de vente qui VEND" te donne les fondamentaux pour comprendre comment persuader à travers la psychologie humaine.

Ce n'est pas une simple série de tactiques ou de formules bidons pour créer une page de vente bancale.

C'est un processus précis que tu vas utiliser pour comprendre ton prospect ...

Savoir exactement ce qu'il désire ...

Et écrire les mots et les phrases précises qui le feront réagir (c'est à dire qui lui feront sortir sa carte bleue pour acheter ce que tu proposes).

Je suis dans une thématique où le marketing ne marche pas.

Il est vrai qu'il existe certaines thématiques où les tactiques marketing marchent moins bien que d'autres. **Ça n'existe pas pour le copywriting.**

Au risque de me répéter : le copywriting est l'art de comprendre si bien ton prospect que tu sais exactement quoi lui dire pour le convaincre.

Du moment que tes lecteurs ont des objectifs à atteindre / ou des problèmes à résoudre, cette formation marche.

J'ai utilisé cette méthode dans des dizaines de thématiques. Des plus classiques (comme la séduction ou le business) aux plus "bizarres" (comme le mentalisme ou l'hypnose).

Je ne suis pas bon en français ... est-ce que ça va quand même marcher pour moi ?

Bien sûr ! Le copywriting, ce n'est pas une question d'être bon à l'écrit ou quoi que ce soit ... C'est une affaire de **connaitre si bien son prospect que tu sauras exactement quoi dire pour le convaincre d'acheter ton produit.**

En fait, je vais même te dire une chose : si tu es trop bon en français, ça peut même te jouer des tours. Parce que tu vas avoir tendance à utiliser des mots pompeux, et à "t'élever" dans ton discours.

Les meilleurs contenus de vente sont les plus simples (et ceux qui parlent directement à ton prospect).

C'est exactement ce que je t'apprends à faire dans ma formation.

Comment ça se passe quand j'appuie sur le bouton de commande ?

Simplissime : tu es débité selon selon un système de cryptement des données bancaires ultra-sécurisé, et tu reçois immédiatement un email pour te créer un compte sur la plateforme de formation.

Je t'ai mis ça en ligne sur une plateforme car tu n'as QUE des avantages. Avec ça, tu es sûr :

- 1. De ne jamais perdre ta formation**
- 2. De la suivre dans les meilleures conditions possibles** (rien à télécharger, rien à faire : tout est déjà en ligne, tout beau tout propre)
- 3. De la garder à vie** (et de pouvoir la regarder autant que tu veux, quand tu veux !)

.
..
...

Tu as encore des questions ? N'hésite pas : réponds à cet email, et pose-moi la.

Je me ferais un plaisir d'y répondre rapidement.

À demain,
- Théo

5) Dernière chance :

Si tu as suivi ma formation « Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND », tu peux reprendre copié / collé la conclusion binaire que tu as faite sur ta page de vente.

C'est à dire : en montrant à ton prospect ce que serait sa vie SANS ton produit ... et AVEC ton produit.

Moi c'est ce que j'ai fais au moins c'est simple, rapide, efficace.

Si tu n'as pas cette conclusion (ou que tu as envie de changer), la méthode pour rédiger cet email « Dernière chance » tient en 3 étapes et est très simple :

- 1) Tu rappelles que ton produit / service ferme ses portes / a sa promotion qui se voit expirer ce soir
- 2) Bénéfices (remettre les bullet points)
- 3) Redire que ça ferme

Les deux sont aussi bons l'un que l'autre. Les deux amènent des ventes.

Titre : Après ce soir c'est fini

Salut Théo,

Je voulais simplement te rappeler que le code promo pour la formation "**Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND**" expire définitivement **ce soir - après minuit**.

[Si tu veux profiter de l'énorme promotion de 200€ pendant qu'il en est encore temps, clique ici.](#)

Et si tu te demandes encore si tu devrais ou non passer à l'action ?

Je pense que te poser cette question cruciale peut t'aider ...

Dans un an, où en seras-tu ?

Est-ce que tu seras toujours là à essayer d'augmenter tes ventes, en cherchant des informations sur Internet et en testant toutes sortes de tactiques marketing et copywriting ?

Ou est-ce que tu en seras déjà à **ta cinquième page de vente qui VEND**, parce que tu auras entre les mains une méthode *qui marche*, et que tu t'amuses à **développer ton business à vitesse Grand V en faisant de vraies ventes** ?

Pareillement ...

Est-ce que tu seras là à avoir seulement un complément de revenu - ou un petit salaire qui pourrait être tellement plus gros si tu vendais plus ?

Ou est-ce que tu vivras de ton business, avec une liberté financière et géographique qui te permet **de faire ce que tu veux - quand tu veux** ?

Le choix t'appartient.

Pour ma part, je t'ai tout donné :

- Je t'ai montré ce que contenait la méthode ...
- Je t'ai montré qu'elle avait aidé des dizaines de clients comme toi à augmenter leurs ventes ...
- Je t'ai même mis en place une garantie en béton de 60 jours - 100% satisfait ou remboursé.

Maintenant ? **C'est à toi de décider.**

Si tu veux augmenter tes ventes *dès la semaine prochaine* ...

En rédigeant une page de vente qui est SÛRE de vendre ...

Et dont tu seras fier parce qu'elle est authentique et honnête ...

Je peux t'aider.

[Le lien pour commander la formation en promotion est ici.](#) Après ce soir minuit, c'est fini.

—> NOTE : L'important dans cet email est bien sûr de faire comprendre (et d'insister) sur le fait que 1) SOIT les portes pour acheter ferment ce soir 2) SOIT la promotion expire ce soir.

Toutes les conditions idéales sont réunies aujourd'hui pour que tu augmentes tes ventes.

Tu peux même choisir ton plan de paiement et payer en deux fois si tu veux.

Mais au bout du bout ?

C'est TOI qui prends la décision finale.

Je te laisse bien réfléchir.

Pour ma part, j'ai hâte de te voir de l'autre côté pour t'apprendre tout un tas de choses ;-)

À ton succès (qui est bien plus proche que tu ne le penses)

- Théo

6) Le final

Ton prospect a eu toutes les informations possibles et inimaginables lors de ta séquence.

Tu lui as apporté de la valeur, tu l'as rassuré, tu lui as présenté ton produit, répondu à ses questions ...

Là, c'est le dernier email. Et il n'a qu'un but : être le plus direct possible pour faire bouger les dernières personnes qui attendraient un ultime appel. Tu dis juste que ça ferme dans 2 heures ... et c'est tout. Rien de plus.

Titre : Ça ferme dans 2 heures

Salut Théo,

J'espère que tu vas bien.

Juste un rappel pour te dire que le code promo pour accéder à la formation "**Dans les coulisses d'une page de vente qui VEND**" **expire dans moins de 2 heures**.

Après ça, le prix repasse à 497€ - pour toujours. Ce serait con de laisser passer l'occas.

Pour profiter de la grosse promotion, c'est maintenant ou jamais :

Bouton de commande

À tout de suite,
- Théo