

# Les 8 emails pour rédiger toutes tes séquences mail (et bâtir ton business)

Ce sont les seuls 8 emails dont tu as besoin. Je te les mets ici, te dis ce à quoi ils correspondent et comment les rédiger.

(Et je te montre dans le secret suivant comment les mettre en forme dans ta séquence, dans quel ordre, et selon le prix du produit que tu vends).

## Les 8 emails qui font tout :

- 1) Crochet
- 2) Valeur
- 3) Philosophie
- 4) Pitch
- 5) Preuve
- 6) FAQ
- 7) Dernière chance
- 8) Le final

## 1) Crochet :

Juste là pour accrocher l'attention de tes prospects. Tu as passé des jours voire des semaines sur ta formation, et tu veux absolument en parler. Problème : tes lecteurs n'en

savent rien, et s'en foutent (ne t'inquiètes pas : c'est pareil pour moi et pour tout le monde, haha). Plutôt que d'ignorer cela, utilise cet email pour accrocher leur attention et leur donner envie de suivre la suite de ta séquence mail.

### **Comment faire ça ?**

En racontant une anecdote / en prenant un sujet qui est controversé / bizarre / choquant sur ta thématique. Tu dois réveiller tes lecteurs.

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/MC.cB/h/Le copywriting a ne sert .htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/MC.cB/h/Le_copywriting_a_ne_sert_.htm)*

## 2) 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 ça va être avec son contenu payant ? ».

### **Comment faire ça ?**

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.

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/ISVKF/h/Email Mes 7 meilleurs.htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/ISVKF/h/Email_Mes_7_meilleurs.htm)*

### 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.

#### **Comment faire ça ?**

Le truc, 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).

#### *Conseil utile :*

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

Par exemple : dans ma séquence pour mon produit sur la page de vente, 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).

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/EuchF/h/Arr te d tre une p te.htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/EuchF/h/Arr%20te%20d%20tre%20une%20p%20te.htm)*

## 4) 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 ».

### **Comment faire ça ?**

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 voir

que tu vas encaisser de belles ventes rien qu'avec ce tout premier email de vente.

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/A2\\_2N/h/1294\\_offerts\\_Sp\\_cial.htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/A2_2N/h/1294_offerts_Sp_cial.htm)*

## 5) Preuve

Cet email est là pour rassurer ton prospect. Certains ont déjà pris leur carte bleue pour acheter ce que tu vends hier, mais la plupart vont hésiter.

Parce que c'est Internet, que ça fait peur, qu'on sait jamais ce qu'on achète ...

**C'est tout à fait normal.** Tu dois prendre en compte cette peur, et y répondre en étant crédible.

D'où l'importance de cinquième email.

### **Comment faire ça ?**

Tu as juste à inclure (et mettre en avant) 2 choses dans cet email :

- 1) Des témoignages
- 2) Une garantie

Si tu n'as pas de témoignages : dis POURQUOI tu as créé ton produit, pourquoi tu as lancé ce service. La vraie raison. Le truc émotionnel.

Ça permet de crédibiliser ton propos, et de rassurer tes prospects.

**Note** : Tu peux d'ailleurs le faire même si tu as des témoignages. Si tu as envie d'en parler, si tu sens que c'est important. J'aime bien le faire personnellement.

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/9oRIZ/h/T\\_moignages.htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/9oRIZ/h/T_moignages.htm)*

## 6) FAQ

Un bon vendeur n'est pas une personne qui ne fait que parler de son produit.

Un bon vendeur est un vendeur qui comprend ses prospects ... et qui répond à leurs questions.

Cet email FAQ (foire aux questions) est tout à propos de ça Tu réponds simplement aux questions qu'on te pose le plus souvent dans ta thématique et à propos ce que tu vends, à propos de leur doutes, noir sur blanc.

### **Comment faire ça ?**

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

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.

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/5.N5Z/h/Les\\_questions\\_les\\_questions\\_.htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/5.N5Z/h/Les_questions_les_questions_.htm)*

## 7) Dernière chance

Ça y'est : les portes de ta formation ferment, ou ta promotion expire. C'est ce soir, et il faut agir.

Tu vas devoir pousser les dernières personnes intéressées par ce que tu vends à acheter.

### **Comment faire ça ?**

Tu as deux solutions.

*Première solution :*

Tu montres ton prospect ce que serait sa vie SANS ton produit ... et AVEC ton produit.

Si tu as ma formation « Dans les coulisses d'une page de vente QUI VEND », tu peux copier coller la conclusion de ta page de vente.

*Deuxième solution :*

Tu utilises une méthode simple et radicale pour faire pousser les vents. Ça tient en 3 étapes :

- 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.

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/KTfxZ/h/C\\_est\\_fini.htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/KTfxZ/h/C_est_fini.htm)*

## 8) 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.

**Comment faire ça ?**

Tu dis juste que ça ferme dans 2 heures ... et c'est tout. Rien de plus.

*Exemple réel : [https://archive.aweber.com/awlist5115508/9t927/h/Plus que 4h Antoine BM le.htm](https://archive.aweber.com/awlist5115508/9t927/h/Plus%20que%204h%20Antoine%20BM%20le.htm)*

-----

**NOTE** : *Pour voir comment rédiger tous ces emails plus en détail : regarder les 2 séquences de mail mail réelles que je t'ai mises dedans (notamment la séquence « Théo », où je te détaille CHAQUE email et comment j'ai fais pour le rédiger).*