

LA FORCE DES TÉMOIGNAGES

OBTENEZ DES TÉMOIGNAGES DES
GOUROUS DE VOTRE MARCHÉ

Business  Machine

Sommaire

Introduction	3
PARTIE 1 Théorie	5
Pourquoi Dois-Je Utiliser Les Témoignages ?.....	6
Quels Sont Les Différents Types De Témoignages ?.....	8
PARTIE 2 Pratique.....	10
Comment Trouver Des Personnes Pour Obtenir Des Témoignages	11
Comment Obtenir Votre Premier Témoignage.....	14
Comment Obtenir Un Flux Constant De Témoignages De Manière Automatique	17
Un Facteur Important.....	19
Créez Votre Bonus Facilement	20
Comment Améliorez L'impact De Vos Témoignages	21
Comment Intégrer Votre Témoignage Sur Votre Site.....	24
PARTIE 3 Conclusion	28
Mise En Garde	29
Conclusion	31

Introduction

Les personnes qui visitent votre site sont toujours un peu septiques. Elles peuvent penser, à tort ou à raison, que vous seriez prêt à dire n'importe quoi pour réaliser la vente.

D'ailleurs, je suis le premier à utiliser, avec modération, cette technique pour mes produits.

En effet, on a toujours tendance à enjoliver un peu les choses.

Par exemple :


- **Découvrez la méthode pour gagner plus de 10 000 € par mois en travaillant seulement 2 heures par jour.**
- **Je vous dévoile le secret pour perdre plus de 5 kilos par mois.**

Je pourrai vous donner encore plusieurs exemples, car tous les infopreneurs écrivent le produit du siècle (à en croire leur page de vente).

Si c'est votre cas, il est impératif d'équilibrer la balance.

Pour cela, vous devez utiliser des outils qui vous permettront d'améliorer votre crédibilité, mais aussi garantir à vos clients potentiels un produit de qualité.

C'est pourquoi j'ai décidé d'écrire cet ebook pour vous expliquer en détail, un de ces outils de marketing : **le témoignage.**



MERCI pour ce livre sur le Secret des GiveAways... C'est - excellent - comme d'habitude ! Facile à lire. Complet... Et puisque vous m'en avez fait la proposition, oui, je vais acheter les [droits de revente](#).

Je pense que ce livre sera utile à beaucoup de mes lecteurs et qu'il vient à point nommé pour la Foire des Infopreneurs. J'ai bien aimé l'idée de créer une page de présentation avec l'aperçu de quelques-uns des cadeaux proposés... et je vais certainement la mettre à profit.

Jean-Louis Duzès www.web-entrepreneur.fr

Le témoignage est très peu utilisé par les infopreneurs ou marketers, pourtant, c'est une vraie aide pour réaliser la vente d'un produit.

Certaines personnes peuvent penser que cela à l'air simple. Elles n'ont pas tort, mais vous allez constater que pour obtenir un réel impact sur votre taux de conversion (visiteur/acheteur), il est impératif de connaître toutes les astuces.

Cette introduction est brève, mais comme vous le savez, ce n'est pas le plus important.

Place maintenant à la première partie « théorique » pour bien comprendre cet outil de marketing, qui je pense vous sera d'une grande aide pour votre prochain produit.

Commençons dès maintenant !

PARTIE 1

Théorie

Pourquoi Dois-Je Utiliser Les Témoignages ?

**Quels Sont Les Différents Types De
Témoignages ?**

Pourquoi Dois-Je Utiliser Les Témoignages ?

Je peux comprendre cette question de votre part.

En effet, beaucoup de personnes n'utilisent pas cet outil de marketing dans leur page de vente.

Il est donc normal de se demander s'il y a un réel impact sur son business.

Mais vous allez rapidement constater tous les bénéfices que ce simple outil peut vous apporter :

- **Ils vous donnent une certaine crédibilité.** Lorsque la personne lit les différents témoignages sur votre page de vente, ça lui donne plus confiance en vous, en votre produit. Cet élément est déterminant, car plus la personne a confiance, moins elle hésitera à acheter.
- **C'est un gage de qualité.** Il y a tellement de mauvais produits sur internet qu'il est toujours difficile pour l'acheteur de faire la part des choses. Si une personne écrit un témoignage, sa crédibilité est en jeu. Elle choisira donc les produits de qualité.
- **C'est une preuve de ce que vous avancez.** Dire que votre produit peut résoudre tel ou tel problème, c'est bien, mais apporter la preuve, c'est encore mieux.

Car vos clients potentiels accordent moins d'importance à vos propos que ceux écrits par les personnes donnant leur témoignage.

Donc, si une personne écrit « *j'ai perdu 10 kilos en moins de 2 mois à l'aide des conseils présents dans cet ebook* » cela aura plus

d'impact que si vous écrivez « *grâce aux conseils présents dans cet ebook, vous pourrez perdre 10 kilos en moins de 2 mois* ».

Et pourtant, vous dites la même chose, mais le témoignage apporte la preuve de ce que vous avancez.

- **Ça vous donne un avantage sur vos concurrents.** C'est simple, si l'on prend la même page de vente, mais sur l'une on ajoute des témoignages d'experts sur le marché. D'après vous, quel produit se vendra le mieux ? Le produit présenté sur la page avec les témoignages évidemment.

Comme vous pouvez le constater, les éléments cités ci-dessus ne sont pas négligeables.

D'ailleurs, ces éléments feront la différence au moment où la personne hésitera à acheter votre produit.

Car je tiens à préciser une chose, lorsqu'un visiteur arrive sur votre site, il a toujours une petite réserve « *est-ce que ce produit peut réellement répondre à mes besoins ?* ».

Pourquoi ?

Car après s'être posé cette question, il continue « *car la dernière fois, j'ai payé 47 € et je n'ai absolu rien appris de nouveau* ».

Les témoignages servent, en fait, à rassurer vos clients potentiels, à enlever les derniers doutes qu'ils pouvaient encore avoir.

Normalement, si vous avez une bonne page de vente, de bons témoignages (*je vous indiquerai comment les avoir*), un produit à un prix correct, vous pourrez gagner de l'argent sans trop de problèmes.

Maintenant, pour approfondir le sujet et savoir vous aussi comment obtenir des témoignages forts, je vous invite à vous procurer la version complète de ce guide.