

ATTRACTION

PROPOSEZ UN BONUS IRRESISTIBLE



Introduction :

Si vous vous intéressez au commerce en ligne et l'infopreneuriat, vous avez certainement déjà entendu cet adage : « l'argent est dans la liste », sous-entendu, pour gagner de l'argent vous devez avoir une liste d'emails pour contacter vos prospects directement dans leur boîte de réception.

D'autre part, vous avez certainement entendu que pour construire cette liste, il n'y avait rien de plus simple. Il vous suffit de créer un « lead magnet », littéralement un aimant à prospect, et de le diffuser pour attirer magnétiquement des personnes qui vont s'inscrire à votre liste de diffusion, prêtes à sortir frénétiquement leur carte bleue pour vous donner leur argent.

La réalité est un peu plus subtile, et les personnes que vous allez réunir dans votre liste de contacts méritent un peu plus de respect et de considération.

Je vous le dis franchement, vous n'avez pas besoin d'une liste d'emails. J'en tiens pour preuve le peu de succès des campagnes d'emailings publicitaires, sur des listes d'emails achetées chez des prestataires peu scrupuleux et peu regardant avec la réglementation sur la protection des données.

Ce dont vous avez besoin, c'est d'une liste de contacts qui sont intéressés par ce que vous avez à proposer, qui sont sensibles aux valeurs que vous défendez et qui apprécient votre travail. Et ça, peu importe votre domaine d'activité.

Proposez un bonus irrésistible

Alors, ce n'est pas d'un aimant à prospect dont vous avez besoin, parce qu'on ne cherche pas à piéger les internautes pour qu'ils nous donnent leur email. Ce dont vous avez besoin c'est de partager gratuitement un **échantillon de votre travail** pour que votre public puisse se faire son avis et qu'il vous donne la permission de poursuivre cette relation en lui envoyant plus d'information sur ce que vous pouvez lui apporter.

À partir du moment où vous vous inscrivez dans cette démarche, en considérant l'intérêt des personnes qui se cachent derrière cette adresse email et avec la volonté de démontrer la valeur de votre travail, plus rien ne pourra vous arrêter.

Dans son livre « influence et manipulation » Robert Cialdini décrit les 6 leviers qui vont influencer l'acte d'achat lorsque vous allez faire une proposition à quelqu'un qui ne vous connaît pas. Le premier c'est la réciprocité.

Si vous voulez que quelqu'un qui vous découvre vous fasse suffisamment confiance pour vous acheter quelque chose, vous avez plus de chance de conclure la vente si vous donnez avant de vouloir recevoir.

Pourquoi ?

Parce que c'est le meilleur moyen de lever une première barrière en créant de la proximité avec la personne que vous avez en face.

En donnant un échantillon gratuit de votre travail, vous allez pouvoir activer un deuxième levier d'influence, celui de démontrer votre légitimité et votre autorité pour parler de ce sujet.

Proposez un bonus irrésistible

De plus, vous allez vous attirer la sympathie des personnes à qui vous offrez gratuitement une solution à un de leurs problèmes.

C'est tout l'objectif de l'échantillon gratuit que vous allez proposer : démontrer la valeur de votre travail et tisser un lien de confiance avec la personne qui vous a confié son adresse email. C'est la raison pour laquelle vous devez vous mettre en position de partage en offrant une réelle solution à votre public cible.

Objectif 1 : Attirer l'attention

Pour attirer l'attention de votre cible, et obtenir son consentement pour qu'elle rejoigne votre communauté, ce que vous proposez doit offrir un **avantage évident**. Le message doit être limpide et sans ambiguïté ni suspens pour celui qui tombe sur votre offre de bonus.

Selon le pape de l'email marketing Seth Godin, le meilleur des bonus réunit 3 caractéristiques :

- Il est facile à décrire.
- Il est convoité par une large part du marché cible.
- Il ne coûte pratiquement rien à lancer.

Les bénéfices apportés par votre bonus doivent être suffisamment attrayants pour convaincre votre cible de sacrifier une partie de son attention et de ses données personnelles pour l'obtenir.

Le choix du bonus est prépondérant dans votre stratégie marketing. En plus, il doit être cohérent avec ce que vous avez à vendre ensuite. C'est la condition *sine qua non* pour favoriser la rétention de vos inscrits dans votre communauté.

Proposez un bonus irrésistible

Pourquoi ?

Parce que vous pourriez, par exemple, avoir de nombreux inscrits en proposant une formation gratuite pour apprendre les pas de base de la salsa cubaine, mais si vous enchaînez ensuite avec une offre de cours de danse HipHop, c'est la désinscription en masse garantie.

Par contre, si vous avez un bonus qui explique les points essentiels du référencement d'un site web, vous serez dans les meilleures dispositions si vous vendez ensuite un logiciel qui automatise la plupart des tâches fastidieuses en référencement ou si vous offrez un service d'optimisation du référencement "clés en main"...

Les 4 grandes catégories d'échantillon bonus :

Parmi tous les formats et tous les contenus que vous pouvez offrir à votre public, on peut distinguer 4 grandes catégories de bonus :

- Les échantillons de type solution pratique, où vous allez apporter gratuitement une solution à un problème rencontré par votre cible.
- Les échantillons de type opportunité, où vous proposez à votre cible de saisir une opportunité rare.
- Les échantillons de type avantage financier, avec des conditions particulières pour les personnes qui rejoignent votre liste de contacts.
- Les échantillons de type avantage social, où les avantages vont plutôt se baser sur l'appartenance à un réseau ou à un groupe et où la différence est marquée entre ceux qui font partie du club et ceux qui n'en font pas partie.

Dans cet ouvrage, nous allons voir ensemble les différents formats d'échantillons bonus que vous pouvez proposer dans chacune de ces catégories.

Table Of Contents

Les échantillons de type solution pratique :	7
Le guide	8
Le tutoriel	9
Le livre d'auteur	10
La checklist	11
Le quiz diagnostic	12
Le modèle personnalisable	13
Le cahier des charges	14
Le calendrier	15
L'antisèche	16
La boîte à outils	17
La formation gratuite ou la Masterclass	18
Les études de cas	19
Les conseils quotidiens	20
Les échantillons de type opportunités :	21
L'audit technique	22

Proposez un bonus irrésistible

L'analyse sectorielle	23
L'autodiagnostic gratuit	24
Les échantillons de type avantage financier :	25
La période d'essai sans CB	26
Le coupon promotionnel	27
Le produit d'appel	28
Les avantages financiers réservés aux membres	29
Les échantillons de type avantage social :	30
L'accès à un groupe privé	31
L'accès à un webinaire régulier	32
L'accès à des RDV entre membres	33
L'accès à des ventes privées	34

01

Les échantillons de type solution pratique :

Les bonus de la catégorie « solution pratique » sont là pour démontrer votre légitimité et votre savoir-faire dans votre activité. Pour être efficace, votre bonus doit apporter une solution concrète à un problème que rencontre votre public cible.

Lorsque votre prospect découvre votre bonus, il doit y avoir un avant et un après afin qu'il comprenne que votre entreprise a l'expérience et le savoir-faire pour améliorer son existence.



Le guide

Principe

Le guide est un ouvrage dont le but est d'amener vos lecteurs à faire le tour des opportunités existantes et de les aider à choisir la meilleure solution.

A l'instar du guide touristique qui vous propose des hébergements, des visites et des restaurants en fonction de vos goûts, votre bonus « guide » va permettre à chacun de vos segments de marché de trouver des conseils adaptés à ce qu'il recherche.

Conditions d'utilisation

Le guide peut être utilisé dans une variété de situations, tant que vous aiguillez votre lecteur dans son processus de décision avec des conseils de qualité. Pour être efficace, vos offres doivent couvrir l'éventail de solutions disponibles.

Exemples:

- Comment bien choisir son VTT de descente.
- Les différents statuts d'entreprise et leurs spécificités.
- Maison passive: les différentes méthodes de construction, leurs avantages et leurs coûts de réalisation.

Avantages

- S'adresse à chaque segment de marché
- Permet le placement de produits
- Limite les plaintes en favorisant les choix raisonnés

Inconvénients

- Plus long à produire que d'autres ouvrages
- Nécessite une offre complète pour chacun des segments de marché



Le tutoriel

Principe

Le tutoriel est une explication pas à pas de la procédure que vous proposez à votre audience pour résoudre un de ses problèmes.

Si vous êtes pédagogue, le tutoriel peut être un réel tremplin pour vous faire connaître et attirer la sympathie des personnes que vous aidez. Le secret d'un tutoriel à succès est le résultat que l'on obtient à la fin !

Conditions d'utilisation

Le tutoriel s'adapte à tout type d'activité. Au format texte, image ou vidéo, il guide votre public, étape par étape, pour lui permettre d'obtenir un résultat qui lui paraissait impensable, ou difficilement tangible avant d'avoir vos conseils.

Exemples:

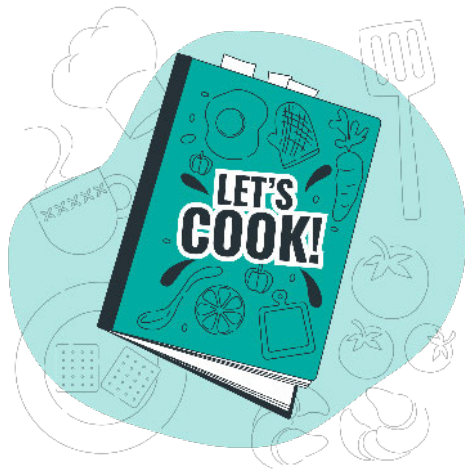
- *La routine quotidienne pour en finir avec le mal de dos en 3 jours.*
- *Marathon: le programme complet pour parcourir vos 10 premiers kilomètres (même si vous n'avez jamais couru).*
- *Construire un potager perpétuel: la méthode en 7 étapes.*
- iPhone 22: changer l'écran avec le Kit SMARTScreen.

Avantages

- Démontre votre légitimité
- Permet le placement de produits
- Mise en œuvre relativement facile

Inconvénients

- Une partie des inscrits n'est attirée que par le bonus sans intention d'achat



Le livre d'auteur

Principe

Imaginez-vous atteindre la stature d'un spécialiste reconnu dans votre domaine d'activité... C'est possible aujourd'hui en éditant votre propre livre pour partager votre vision et

votre savoir-faire dans votre domaine.

En effet, dans l'imaginaire collectif, l'auteur d'un livre bénéficie de l'aura d'un expert de son sujet. On imagine, à tort, le long chemin que l'auteur doit emprunter pour réussir à se faire publier.

Sauf que ça, c'était avant ! Avec les solutions d'auto-édition disponibles aujourd'hui, il n'y a plus d'obstacle à la publication d'un livre.

Et si vous n'êtes pas un grand littéraire, pour quelques centaines d'euros vous trouverez des rédacteurs prêts à faire le travail à votre place, et en votre nom.

Conditions d'utilisation

Offrir un livre de qualité est un bonus qui peut booster votre reconnaissance dans votre domaine. Vous pouvez même utiliser le "print on demand" pour envoyer des versions papier à vos lecteurs moyennant la couverture des coûts d'impression et de livraison. Le secret : synthétiser vos idées en un format utile axé sur la mise en pratique de vos conseils.

Avantages

- Décuple votre autorité
- Représente une valeur concrète

Inconvénients

- Gros travail de mise en œuvre



La checklist

Principe

Encore plus facile à mettre en place que le tutoriel, la checklist vous permet d'aider votre lecteur à atteindre un objectif en mettant en avant les étapes essentielles à franchir.

Vous fournissez à votre lecteur une liste de tâches et de points de contrôle, pour qu'il avance pas à pas dans le processus qui lui permettra d'obtenir le résultat souhaité.

Conditions d'utilisation

Peut-être moins pertinente en bonus principal, la checklist est l'échantillon parfait pour fournir à vos lecteurs un outil pratique en complément d'un de vos articles ou d'une de vos vidéos.

Exemples:

- 10 étapes essentielles pour un branding sans fausse note.
- 7 points de contrôle pour prolonger la vie de votre voiture électrique.
- Les 7 clés d'un régime Vegan sans carence.
- Les 9 vérifications capitales avant de déposer votre dossier d'emprunt.

Avantages

- Création rapide
- Montre votre capacité à apporter des solutions efficaces

Inconvénients

- Placement de produits difficile
- Valeur perçue moindre par rapport à certains bonus



Le quiz diagnostic

Principe

Parfois, on a la certitude que quelque chose cloche, sans pouvoir nécessairement identifier l'origine du problème. Le quiz de diagnostic vous permet d'offrir à votre prospect un moyen

simple et ludique de mettre le doigt sur ce qui l'empêche d'atteindre le résultat souhaité.

Avec une liste de questions spécifiques, vous allez permettre à votre public de faire le point sur sa situation.

Conditions d'utilisation

Le quiz est une arme puissante pour votre marketing car il vous permet de faire un premier profil de votre public et de segmenter votre audience. Potentiellement utilisable dans tous les domaines, il vous permet d'adresser des messages parfaitement adaptés aux problèmes de chacun de vos segments de clientèle en fonction de leurs réponses.

Exemples:

- Pourquoi le revenu de mes investissements stagne-t-il ?
- Quelle voiture choisir pour ma famille en 2022 ?
- Quel est mon profil émotionnel ?

Avantages

- Ludique
- Donne de nombreuses informations sur votre audience

Inconvénients

- Vous devez maîtriser les différents profils de vos cibles et les différents problèmes associés.



Le modèle personnalisable

Principe

Nous sommes tous amenés à réaliser des tâches fastidieuses qui ne prendraient que quelques minutes à un spécialiste de la discipline.

Et si vous offriez à votre audience un modèle tout prêt qu'ils n'ont plus qu'à compléter ? Vous vous assureriez probablement toute sa sympathie.

Conditions d'utilisation

Plutôt adapté aux tâches créatives et administratives, la valeur du modèle personnalisable réside dans le temps qu'il fait gagner et le professionnalisme du résultat. C'est un très bon complément d'article ou de vidéo.

Exemples:

- 50 illustrations powerpoint pour vos présentations orales.
- 3 modèles personnalisables pour vos devis, factures et lettres de relance.
- 10 modèles de pages de vente qui convertissent !
- Écrire un ebook en 2 heures [modèle à trous]

Avantages

- Vous gagnez en légitimité
- Vous augmentez votre capital sympathie
- Vous permet de déléguer à votre client des tâches peu rentables

Inconvénients

- Personnes intéressées pas toujours qualifiées
- Peut être compliqué et lourd à mettre en place



Le cahier des charges

Principe

Une des situations qui me faisaient perdre un temps considérable lorsque j'étais webdesigner, était que mes clients n'avaient aucune idée des questions qu'ils devaient se

poser avant de démarrer la création de leur site web. C'est normal, c'était mon métier, pas le leur.

Cependant, en leur transmettant un modèle de cahier des charges préconçu avec des indications pour compléter chaque partie, j'ai pu grandement accélérer le processus.

Conditions d'utilisation

Proche de la checklist, le cahier des charges vous permet d'attirer l'attention de votre prospect sur les points qu'il doit clarifier.

En offrant gratuitement votre modèle de cahier des charges, la discussion avec ceux qui deviendront clients est plus simple.

Bien entendu, ce bonus concerne principalement les offres de services.

Avantages

- Vous gagnez en rapidité
- Vous facilitez la compréhension de votre travail par le client
- Vous clarifiez la répartition des tâches entre votre entreprise et le client

Inconvénients

- Inadapté si vous proposez un éventail de services avec des pré-requis trop différents



Le calendrier

Principe

On ne parle pas ici du joli calendrier en bois que votre hôte vous offre au restaurant à l'occasion du nouvel an chinois.

Imaginez plutôt un calendrier de tâches à accomplir au long de l'année qui serait pertinent pour votre domaine d'activité.

Conditions d'utilisation

Le calendrier est généralement utilisé dans les activités qui présentent une certaine saisonnalité.

Cependant, vous pouvez très bien imaginer proposer un calendrier d'entretien de votre matériel ou un calendrier pour un programme à suivre sur plusieurs semaines. Le syndicat d'initiatives de mon canton envoie même chaque année un calendrier des manifestations et fêtes de village, tout en mettant en avant les publicités des entreprises de la région... Soyez créatif !

Exemples:

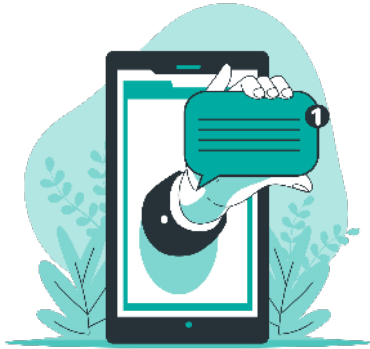
- Le calendrier de préparation physique pour votre saison d'ultra trails (sport, coaching sportif).
- Le calendrier lunaire 2022 de plantation des plantes potagères (permaculture, survivalisme, autonomie)
- 365 idées de post instagram (marketing)
- Les cures saisonnières de la médecine ayurvédique (santé, bien-être)

Avantages

- Facile à créer
- Affiché sur le frigo, vous vous rappelez fréquemment à l'esprit de votre prospect
- Permet le placement de produits

Inconvénients

- Pas adaptable à tous les domaines d'activité.



L'antisèche

Principe

Entre le tutoriel et la checklist, l'antisèche permet à votre prospect d'obtenir tous les détails nécessaires à la compréhension d'un sujet spécifique.

Conditions d'utilisation

De l'explication des acronymes ou du jargon technique à l'exploration d'un élément en profondeur, le point fort de l'antisèche est sa versatilité.

Généralement sous la forme d'un ebook d'une ou deux pages, l'antisèche récapitule tout ce qu'il faut savoir sur un point précis de votre domaine d'activité.

Exemples:

- Associer les couleurs pour vos tenues professionnelles
- Les indicateurs de performance à suivre pour vos campagnes marketing et leur signification
- Validation des acquis et de l'expérience: les documents à fournir
- Créer des formulaires sur Word, les fonctions secrètes
- Passer au click and collect: les étapes en détail

Avantages

- Rapide à créer
- Met en avant votre maîtrise et votre savoir-faire
- Permet le placement de produits

Inconvénients

- Pas vraiment d'inconvénient à utiliser les antisèches.



La boîte à outils

Principe

Vous allez fournir à votre prospect un système complet et efficace pour obtenir le résultat qu'il cherche à atteindre.

Il n'a plus à faire le tri entre toutes les options

disponibles, vous avez sélectionné pour lui les outils les plus performants ou les plus simples d'utilisation.

Conditions d'utilisation

La boîte à outils est un bonus plébiscité lorsqu'il permet à votre prospect d'utiliser au mieux vos produits (kit d'entretien) ou lorsque cela lui permet d'atteindre le moment où il aura besoin de vos services (kit de démarrage).

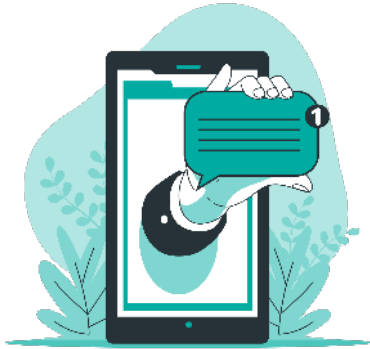
Par exemple, si je vends des formations en photographie de studio, je peux très bien fournir une boîte à outils des meilleurs logiciels et suites de retouche photo, ou une boîte à outils des différentes focales d'objectif pour démarrer dans la photo de studio.

Avantages

- Apporte un éventail de solutions concrètes à votre prospect
- Met en avant vos connaissances du sujet
- Permet le placement de vos produits ou de produits en affiliation

Inconvénients

- Peut nécessiter un temps de recherche et d'évaluation des solutions considérable



La formation gratuite ou la Masterclass

Principe

Bonus très en vogue, la formation gratuite va permettre à votre prospect d'atteindre ses premiers résultats grâce à votre entreprise.

Conditions d'utilisation

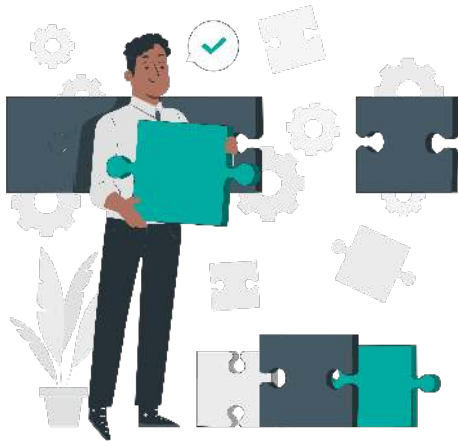
- Les formateurs y trouveront un moyen de démontrer leurs compétences pédagogiques en offrant un échantillon gratuit de leur travail.
- Les vendeurs de solutions numériques s'assureront de la réussite de leurs utilisateurs (Google offre des formations pour maîtriser la gestion des campagnes publicitaires SEA, Adobe offre des formations à la production vidéo ou à la retouche photo).
- Les vendeurs de produits pourront mettre en avant leur solution en conditions réelles (Leica et Zeiss offrent des formations à l'utilisation de leurs microscopes en analysant vos propres échantillons).

Avantages

- Votre prospect atteint un nouveau palier grâce à vous
- Met en avant votre maîtrise et votre savoir-faire
- Possibilité d'automatisation avec une formation enregistrée

Inconvénients

- En présentiel ou à distance, la création et la diffusion de la formation peut être chronophage.



Les études de cas

Principe

Avec les études de cas, vous allez illustrer votre façon de travailler en partageant des cas concrets sur lesquels vous êtes intervenus, les solutions que vous avez appliquées et les

résultats que vous avez obtenus pour vos clients.

En plus de démontrer votre expertise, les études de cas permettent à vos prospects de se mettre à la place de votre client, de prendre conscience que des solutions à ses problèmes existent et de prévoir les résultats qu'il pourra obtenir en travaillant avec vous.

Conditions d'utilisation

Pour être pertinent, le bonus "études de cas" doit mettre en avant les problèmes typiques rencontrés par votre population cible.

Ce bonus est un complément parfait pour un contenu en deux parties comme expliqué dans votre formation Email Master.

Avantages

- Votre prospect peut reconnaître sa propre situation dans les cas illustrés
- Vous gagnez en crédibilité
- Possibilité d'automatisation avec une formation enregistrée

Inconvénients

- Pour pouvoir créer ce type de bonus, vous devez avoir déjà une expérience significative avec différents clients.

Les conseils quotidiens



Principe

Le plus souvent au moyen d'une newsletter, vous allez chaque jour dévoiler un nouveau conseil pour les membres de votre liste de contacts.

Conditions d'utilisation

Ce type de bonus est pertinent si vous êtes en mesure d'apporter quotidiennement du contenu de valeur pour votre public.

Très appréciés dans les domaines de l'accompagnement et du bien-être, les emails quotidiens peuvent vite être considérés comme intrusifs dans certaines catégories d'activités.

Les formats peuvent également varier du plus simple à mettre en place comme la revue de presse, au plus demandeur comme la création de contenus originaux chaque jour.

Avantages

- Vous maintenez un contact régulier avec votre audience
- Vous pouvez augmenter la fréquence à laquelle vous parlez de vos offres

Inconvénients

- Travail de création conséquent.
- Peut être considéré comme du spam par les opérateurs d'emails si votre délivrabilité n'est pas optimisée

02

Les échantillons de type opportunités :

Les bonus de la catégorie « opportunités » donnent accès à vos compétences uniques, votre expertise ou à des informations que l'on ne trouve que difficilement.

Lorsque votre prospect obtient votre bonus, il n'a que deux choix:

- Laisser passer l'opportunité
- Ou travailler avec vous.



L'audit technique

Principe

Vous avez une expertise qui vous permet d'identifier les différents problèmes rencontrés par votre audience. Vous pouvez proposer un audit, vous analysez la situation et transmettez

un rapport d'audit par email avec vos recommandations.

Conditions d'utilisation

Plus facilement applicable dans les activités BtoB (d'entreprise à entreprise), vous allez jouer le rôle d'un véritable cabinet de conseil.

Votre rôle est d'évaluer les différents points de frictions et les points d'optimisation qui s'offrent à vos prospects.

Votre rapport d'audit peut également être accompagné d'une offre personnalisée ou d'un devis pour la mise en place des solutions.

Exemples:

- *Audit de site web*
- *Audit d'unité de production*
- *Audit du Business Model*
- *Audit de la supply chain*

Avantages

- Vous maintenez un contact régulier avec votre audience
- Etaye votre offre de services avec une analyse précise des besoins
- Personnalisation de votre offre de services

Inconvénients

- Conditions de réalisation de l'audit suivant le type d'activité.
- Gestion en temps des audits gratuits et des prestations payantes.



L'analyse sectorielle

Principe

Vous êtes capable d'agréger une grande quantité de données concernant votre secteur d'activité ? Pour certains acteurs ces informations constituent une mine d'or.

Conditions d'utilisation

Les rapports d'analyse sectorielle permettent à vos prospects de connaître l'évolution du marché, les tendances et les perspectives futures.

Très en vogue dans le secteur finances et investissements, les analyses sectorielles se monnaient parfois plusieurs milliers d'euros.

Si vous êtes dans le secteur de l'immobilier, de l'investissement ou du trading, ce type de bonus peut faire décoller votre liste d'inscrit rapidement.

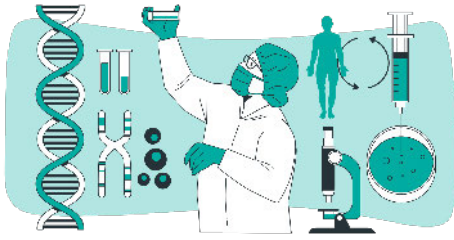
Avantages

- Vous êtes reconnu en tant qu'expert

Inconvénients

- La collection des données et l'analyse peuvent être chronophages.

L'autodiagnostic gratuit



Principe

Avec le développement du no-code, il devient très facile de créer sa propre application ou d'intégrer à votre site web des questionnaires dynamiques. Vous pouvez saisir cette

opportunité pour proposer à votre audience de réaliser leur autodiagnostic directement sur votre site web ou sur votre application et leur envoyer votre rapport et vos recommandations par email.

Conditions d'utilisation

Vous avez une bonne idée des problèmes que peut rencontrer votre audience?

Vous êtes en mesure d'établir un diagnostic à partir des réponses à un questionnaire simple ?

Alors l'autodiagnostic est fait pour vous ! Proche de l'audit, l'autodiagnostic vous permet d'automatiser l'analyse des problèmes de vos prospects et de leur transmettre des offres personnalisées en fonction de leurs réponses à votre questionnaire.

Avantages

- Automatisation et délégation du travail d'analyse à votre prospect
- Permet à votre prospect de prendre conscience de l'origine de ses problèmes
- Permet d'introduire vos offres parmi les solutions identifiées

Inconvénients

- Nécessite une connaissance accrue de votre audience
- Est efficace si vous êtes en mesure de mettre en face de chaque solution une offre de services pertinente

03

Les échantillons de type avantage financier :

Les bonus de la catégorie « avantage financier » incitent vos prospects à tester vos produits ou à devenir clients en réduisant le risque financier de leur investissement.

L'objectif de ce bonus est de faciliter le premier passage à l'achat en sacrifiant une partie de vos marges en échange d'un moyen de contact.

Le gros du bénéfice est ensuite réalisé sur les offres additionnelles proposées à votre client.



La période d'essai sans CB

Principe

Vous allez donner accès gratuitement à tout ou partie de vos services pendant une période donnée. Vos prospects peuvent évaluer votre solution afin de faire leur choix en

connaissance de cause. Le fait de ne pas demander de carte de crédit pour démarrer la période d'essai facilite l'inscription en levant une première barrière de méfiance.

Conditions d'utilisation

Ce type de bonus est généralement utilisé par les entreprises qui proposent des logiciels en ligne (SaaS).

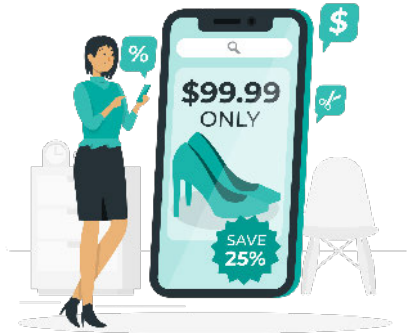
Bien que l'utilisation du service pendant la période d'essai est gratuite, votre prospect doit s'inscrire à votre liste de contacts pour pouvoir profiter de l'offre.

Avantages

- Vos prospects ont votre produit dans les mains et peuvent évaluer les bénéfices qu'ils en retirent
- Vous pouvez inciter vos utilisateurs à vous faire des témoignages, laisser des avis ou partager leur expérience

Inconvénients

- Ne s'applique pas à tous les types d'entreprises en ligne



Le coupon promotionnel

Principe

Pour faire découvrir votre offre, vous pouvez offrir un coupon promotionnel sur tout ou partie de votre catalogue pour ceux qui rejoignent votre liste de membres.

Conditions d'utilisation

Une réduction sur le premier achat ou un cadeau supplémentaire pour ceux qui rejoignent votre club est une stratégie utilisée depuis des lustres... Parce que cela fonctionne !

En ajoutant une limite d'achat (ex: à partir de 100€ d'achat), vous pouvez même augmenter le panier moyen de vos clients.

Avantages

- Les promotions incitent vos prospects à aller découvrir vos produits

Inconvénients

- Certaines personnes ne seront intéressées que par cette offre et ne sont pas vouées à devenir des clients réguliers
- Un travail supplémentaire devra être fourni pour donner une bonne raison de rester inscrit



Le produit d'appel

Principe

Vous allez offrir un produit à un prix sacrifié par rapport à sa valeur réelle. Ce premier achat est un prétexte pour couvrir vos coûts publicitaires et proposer des offres supplémentaires aux

personnes qui ont décidées d'acheter ce produit.

Conditions d'utilisation

C'est le bonus le plus utilisé dans les stratégies de tunnels de vente. Votre attention est attirée par le prix de ce produit d'appel, et puis, pendant le processus de vente, on vous propose d'ajouter d'autres articles à votre panier pour compléter votre commande.

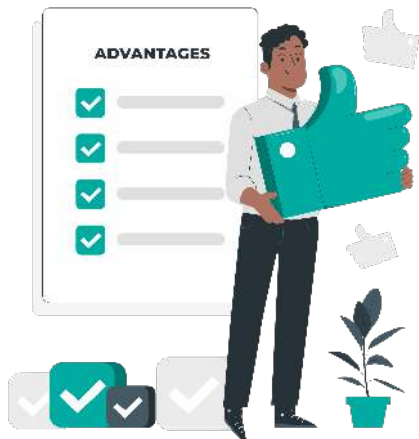
Je ne suis pas certains que ce bonus s'inscrive clairement dans une stratégie d'email marketing telle que nous l'avons décrite, mais maintenant vous savez qu'il existe.

Avantages

- Après quelques tests, vous couvrez vos coûts publicitaires et générez du bénéfice sur la fraction de personnes qui achète les offres complémentaires.
- Si vos marges sont conséquentes, et votre marché suffisamment large, vous pouvez déjà dégager un gros bénéfice.

Inconvénients

- Le procédé est souvent vécu comme agressif par l'acheteur
- La séquence d'emails de relance suivant l'achat du produit d'appel (sans les compléments) est souvent vécue, à juste titre, comme du spam.



Les avantages financiers réservés aux membres

Principe

Livraison gratuite, tarifs préférentiels ou accès à des offres partenaires sont autant d'avantages que vous pouvez réserver aux personnes qui choisissent de s'inscrire à votre

liste de diffusion. Ce bonus ravira les chasseurs de bonnes affaires !

Conditions d'utilisation

Que vous vendiez des produits physiques, des produits numériques ou des services, rejoindre votre liste de contacts ou mieux, travailler avec vous, donne droit à des avantages.

Ce type de bonus est à la fois efficace pour trouver vos premiers clients mais également pour assurer la rétention de vos clients dans votre écosystème.

Avantages

- Stimule la fidélité
- Bien utilisé, ce bonus vous permet également de stimuler les recommandations

Inconvénients

- Vos marges doivent être suffisantes pour que vous puissiez vous le permettre

04

Les échantillons de type avantage social :

Les bonus de la catégorie « avantage social » misent sur la communauté, le relationnel et l'appartenance à un groupe. Ils sont d'autant plus efficaces si votre entreprise défend un positionnement marqué et des valeurs fortes.

Lorsque votre prospect rejoint votre liste de contacts, il rejoint également votre cercle, votre club, votre famille...



L'accès à un groupe privé

Principe

Le groupe privé vous permet d'échanger avec vos membres et / ou de partager régulièrement vos bons plans, vos astuces ou votre vision du secteur d'activité et son évolution !

Conditions d'utilisation

Vous avez l'âme d'un community manager, ce bonus est fait pour vous! Mais est-il adapté à votre audience ?

Si vous avez une activité de conseil, de coaching ou de formations, le groupe privé vous permet de tisser des liens solides avec votre audience et de les accompagner sur une base quotidienne. Cependant, vous pouvez très bien organiser un groupe privé entre personnes ayant un centre d'intérêt commun, vous entraider et partager vos opportunités.

Vous pourrez peut-être même bâtir les prémices de votre propre société secrète...

Avantages

- Permet d'établir une vraie relation de confiance
- Vous laisse le temps de prouver votre valeur ajoutée
- Permet de vendre directement à travers le groupe privé

Inconvénients

- Groupe Facebook, Canal Télégram ou chaîne Twitch, vous restez dépendant du fournisseur de services



L'accès à un webinaire régulier

Principe

Les podcasts ont énormément de succès en ce moment, mais vous pouvez aller encore plus loin ! En offrant un webinaire régulier aux membres de votre communauté, vous leur

partagez un petit bout de vous, en LIVE. Vous pouvez même lui permettre de poser ses questions, voire d'intervenir dans votre webinaire.

Conditions d'utilisation

Si vous n'êtes jamais à court de sujet de discussion autour de votre secteur d'activité, vous pouvez établir un rendez-vous régulier avec votre audience pour partager vos réflexions ou vos expériences de manière informelle.

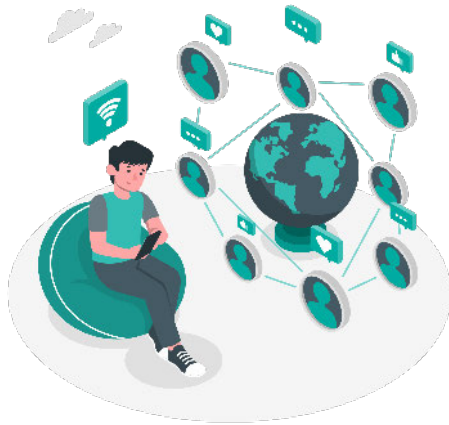
Ce webinaire est le prétexte rêvé pour mettre en avant votre offre du moment.

Avantages

- Votre public à un accès direct à vos recommandations
- L'appartenance à un cercle restreint est un vecteur de rétention pour beaucoup de vos membres

Inconvénients

- Nécessite une préparation et une organisation conséquente
- Aucune possibilité d'automatisation



L'accès à des RDV entre membres

Principe

La meilleure source d'information pour votre marketing c'est le dialogue avec votre public cible. L'organisation de rendez-vous avec votre audience vous donne accès à des moments précieux où chacun peut se confier sur ses besoins et les obstacles qu'il rencontre.

Conditions d'utilisation

Des journées portes ouvertes dans votre établissement aux sorties en groupe il y a de multiples moyens d'aller à la rencontre de votre public.

Si vous n'habitez pas une grande ville ou si vous êtes loin de votre audience, vous pouvez soit organiser des sessions ponctuelles en divers endroits, soit vous orienter vers une solution dématérialisée comme le Webinaire.

Avantages

- Meilleure compréhension de votre cible
- Fidélisation de votre audience
- Augmentation de la valeur long terme de chaque client (lifetime value)

Inconvénients

- Gros travail d'organisation
- Coûts éventuels pour les déplacements



L'accès à des ventes privées

Principe

Le meilleur moyen d'attirer l'attention et de stimuler le bouche-à-oreille est d'avoir des clients qui utilisent vos produits. En donnant accès à des ventes spécialement réservées à

vos abonnés, vous allez constituer un réseau d'ambassadeurs qui parleront de votre marque.

Conditions d'utilisation

Ce type de bonus est plutôt réservé aux e-commerçant qui vendent des produits que les clients exposent à la vue des autres. Parce que c'est en voyant vos produits chez vos ambassadeurs que des inconnus vont vous découvrir.

Cette approche est un bon vecteur de viralité et peut stimuler votre développement à moyen terme. Pour un fonctionnement efficace, vous pouvez animer régulièrement votre communauté avec de nouvelles offres spéciales qui sont limitées dans le temps et qui ne reviendront probablement jamais (one time offer).

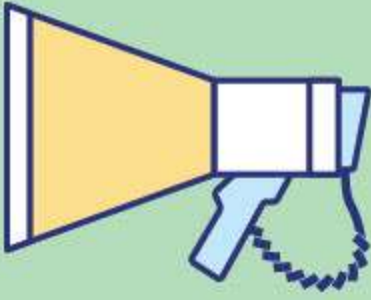
Avantages

- Facilite les achats compulsifs
- Stimule la viralité
- Augmente la récurrence des achats

Inconvénients

- Vos marges doivent être suffisantes pour que vous puissiez vous le permettre

Conclusions



Cet ouvrage n'a pas la prétention de présenter avec exhaustivité tous les échantillons que vous pouvez offrir à votre public.

Vous devriez, néanmoins avoir trouvé quelques idées de bonus à présenter à vos visiteurs.

Laissez libre cours à votre créativité, tant que vous gardez en tête l'intérêt primordial de votre audience.

Bonne réussite,

Ludovic