

# Déclencher la vente sur votre site

Écrit le : 02/11/2020

⌚ Temps de lecture : 3min



Le risque lorsqu'un prospect cherche un nouveau produit ou service, c'est qu'il se dise : "Wow c'est trop cher !" ou encore "ça vaut vraiment le prix ?".

S'il se dit ça alors qu'il est sur votre page et qu'il n'a encore rien vu d'autre, il va comparer ailleurs. Il faut donc absolument lui donner envie de rester et **d'acheter directement**.

Et dans le labo de Growth Hacker Dextter on a trouvé 6 astuces que l'on a regroupées en une seule Growth Recette !

**Temps de préparation** : Dépend du nombre de produits/services que vous avez

**But** : Aider dans la décision d'achat

## Ingrédients :



- 1x Site internet

## Préparation

---

Divisons donc cette Growth Recette en 6 parties :

### 1 - 4 x sans frais !

Vous l'avez déjà sûrement vu en faisant du shopping en ligne. Si les sites e-commerces proposent le "paiement en X fois" ce n'est pas pour rien.

D'une part, les personnes n'ayant pas les moyens le jour J peuvent donc quand même s'offrir ce produit/service.

Et d'autre part, en voyant afficher 4 x 60 €, cela semble plus abordable qu'un gros 240 €.

#### Le conseil du savant fou :

Ajoutez la mention "sans frais" pour encore plus de conversion 😊

### 2 - Comparez directement !

Votre client va vouloir aller comparer avec la concurrence, faites-le pour lui !

Différences de prix, de fonctionnalités, d'accessibilité, tout est bon à prendre.

#### Le conseil du savant fou :

Vous pouvez même aller jusqu'à mettre un lien vers le produit/service de votre concurrent s'il veut aller vérifier par lui-même.

Faites-le uniquement si vous êtes convaincu que votre produit est bien supérieur à celui de votre concurrent bien sûr 😊

### 3 - C'est les soldes !

Lors des soldes, notez bien l'ancien prix barré à côté du nouveau. Cela va amplifier la peur de passer à côté (FOMO = Fear Of Missing Out) d'une opportunité pour le prospect.

#### Le conseil du savant fou :

Ne faites surtout pas l'erreur que font certaines entreprises à savoir mettre en barré un prix supérieur au prix d'origine pour que la solde paraisse encore plus grande. Voire pire, mettre le prix d'origine en tant que solde et monter artificiellement le prix d'origine.

Non seulement ce n'est pas fou niveau éthique, mais en plus si les prospects s'en rendent compte vous allez avoir des gros problèmes.

### 4 - Encadrez votre offre !

Ce conseil est plus facile à mettre en place pour les services que pour les produits. En résumé, il s'agit de mettre en place une solution moins chère et une autre plus chère que votre solution de base pour que cette dernière semble être un bon compromis.

Par exemple : votre solution de base coûte 150 euros, mettez-en une à 50€ qui ne comporte qu'un tiers du contenu de la solution et une autre à 250€ qui proposent des choses en plus.

#### Le conseil du savant fou :

Ajoutez un "Le choix n°1 de nos clients !" sur votre offre au milieu pour que le prospect se sente conforté dans sa décision.

### 5 - Offre limitée !

Pour continuer à jouer sur la FOMO, vous pouvez ajouter un compteur ou un minuteur à côté d'une promotion sur votre produit/service.

Par exemple, vous pouvez mettre "Cet article est à **-40%** pour encore **2 jours, 13 h et 26 min**". Ou alors "Il reste encore **3 articles** disponibles à ce prix !"

#### Le conseil du savant fou :

N'abusez pas des compteurs, sinon vos prospects vont voir la supercherie. Quand un produit reste à 3 exemplaires pendant deux semaines, c'est suspect 😊.

## 6 - Des offres sur mesure !

Prenez un outil de questionnaire permettant de connaître précisément les besoins d'un prospect. Lorsque le prospect arrive sur votre page de vente, affichez le questionnaire.

Le fait d'avoir accès à une solution vraiment personnalisée pour lui va conforter le prospect dans sa décision et il se sentira déjà accompagné par vous.

### Le conseil du savant fou :

TypeForm est idéal dans ce genre de situation et s'intègre très bien dans un site internet.

## 7 - Le satisfait ou remboursé !

Ajouter Satisfait sur un produit ou services est l'un des meilleurs facteurs de conversion.

La question doit se poser. Combien de vente je vais générer en plus ?  
Ces ventes additionnelles vont-elles couvrir mes remboursements ?

### Le conseil du savant fou :

Si vous êtes certains que votre produit est irrésistible, remplit de valeur. Faites-le vous verrez. Seul quelques malins jouent avec le remboursé, Ce levier peut vous permettre des progressions de plus de 25%.

## Notice d'utilisation

---

Cette Growth Recette est désormais terminée, appliquez-la sur les pages dédiées et votre taux de conversion augmentera ! Ce n'est pas de la magie, c'est de la science !



## DÉCOUVREZ NOS LIVRES BLANCS ET GUIDES,

Pensés pour **VOUS**, écrits par **NOUS** !

