

Comment Gagner de l'argent grâce aux témoignages

Utiliser les témoignages sur sa page de vente vous permet de booster vos ventes de manière spectaculaire. Pourtant, j'ai pu constater que peu de marketeurs l'utilisent.

Pourquoi fonctionnent-ils ?

La raison est simple : ils servent de preuves.

Si un acheteur teste votre produit et écrit un témoignage du type « excellent produit. Grâce aux nombreux conseils présents dans cet ebook, j'ai pu rapidement doubler mes revenus » vos visiteurs se diront « si cette personne a réussi grâce à ce produit, alors je peux le faire ».

Cependant, pour avoir un réel impact sur vos ventes, vos témoignages doivent respecter quelques règles que je vais vous donner à travers cet article.

Le témoignage doit montrer les résultats

En général, sur votre page de vente, vous écrivez des accroches du genre :

- Arrêtez de fumer en moins de 3 semaines
- Perdez 10 kilos en moins de 60 jours.

Si on reprend l'un des deux exemples, il pourrait être intéressant d'avoir un témoignage où la personne dit qu'elle a atteint l'objectif.

Par exemple « au départ, je n'y croyais pas, arrêter de fumer en moins de 15 jours alors que cela fait plusieurs années que j'essaye. Finalement, j'ai testé les conseils présents dans cet ebook et le résultat est fantastique : je n'ai mis que 15 jours pour arrêter et aucune rechute depuis maintenant 1 an. »

Grâce à ce témoignage, vous montrez à vos clients potentiels que les informations présentes dans votre produit sont de qualité et que cela fonctionne.

Le témoignage doit se focaliser sur un avantage de votre produit

Si votre témoignage est trop général du genre « très bon produit qui peut vous aider à développer votre business », cela n'apporte aucune valeur.

Par contre, si le témoignage est « très bon produit, car à l'aide des nombreuses captures d'écran j'ai pu installer Wordpress sur mon serveur ce qui me permettra de développer mon business ».

Dans cet exemple, la personne a apprécié les captures d'écran qui sont l'un de vos avantages.

Un exemple, si vous pensez que votre produit a 5 ou 6 avantages par rapport à vos concurrents, essayez de sélectionner les témoignages qui en parlent.

Pour conclure

En effet, cet outil de marketing doit être utilisé de manière à enlever les derniers doutes de vos clients potentiels pour qu'ils achètent votre produit.

N'ayez pas peur de mettre de côté un témoignage qui n'apporte rien à votre page de vente.

Si tous vos témoignages sont du type « super produit, vous devez l'acheter », l'impact sur vos visiteurs sera négatif et risque de les faire fuir.

About the Author

Stéphane Munnier -Elecinfo Editeur internet [Le secret des témoignages](#)

Source: <http://www.secrets-de-comment.com> | [Formation Marketing](#) | [NetConcept, droits de revente](#)