



Gérez facilement votre liste d'adresses.

L'utilisation d'un autorépondeur facilite la communication avec vos clients
et vous permet de Vendre Plus !

Comment créer une liste d'adresses qui vous rapporte de l'argent ???



Un autorépondeur vous permet d'envoyer automatiquement et immédiatement des courriers électroniques d'information (courriels – e-mails) aux prospects qui en font la demande en répondant à un publipostage électronique ou depuis un formulaire placé sur une page de publicité sur le net. Cette demande d'information peut se faire d'un simple clic: le prospect saisit son adresse e-mail sur un formulaire, et vous lui adressez instantanément une réponse, une lettre de vente, un courrier d'information et par la suite une ou plusieurs relances selon la séquence que vous déterminez.

Cela vous permet de rendre complètement automatique la communication avec vos prospects et avec vos clients. C'est un excellent moyen pour augmenter vos ventes, et aussi soulager de beaucoup votre marketing de suivi de vos prospects ou de vos clients.

Le tracking (suivi indispensable) des liens vous permet d'obtenir des statistiques d'ouverture de vos messages ou des clics que vous avez obtenus, et d'analyser ainsi les résultats de votre communication.

Un autre avantage important concernant l'utilisation d'un autorépondeur, c'est d'éviter d'être accusé de SPAM (courriels non sollicités). En effet, votre correspondant vous a demandé l'information que vous lui envoyez.

Vous l'aurez compris, cet e-book a pour objectif de vous apporter quelques conseils, mais aussi de vous présenter notre nouveau autorépondeur. Aussi, pour bien comprendre les étapes de la création d'un autorépondeur, vous pouvez en avoir une bonne idée en consultant notre programme d'aide que vous trouverez dans votre espace membres après votre inscription à l'[Autorépondeur Mailing-Cible](http://www.autorepondeur-fr.com/aide/guide01.htm).

Pour en découvrir l'utilisation, Cliquez-ici :
[http ://www.autorepondeur-fr.com/aide/guide01.htm](http://www.autorepondeur-fr.com/aide/guide01.htm)

UN MOIS D'ESSAI GRATUIT !

Comment Obtenir Plus de Profits de votre Autorépondeur...

Sommaire de cet e-book

Pour exploiter et tirer profit de l'utilisation de votre autorépondeur, plusieurs points sont importants à respecter et à mettre en œuvre. Ces points sont abordés les uns après les autres dans la démonstration de l'autorépondeur Mailing Cible, que vous pouvez recevoir directement dans votre boîte email, en vous connectant sur cette page :

<http://www.autorepondeur-fr.com/demonstration-autorepondeur.htm>

Voici les différents points que vous trouverez dans cet e-book :

- A quoi sert un autorépondeur
- Les caractéristiques d'un bon autorépondeur
- Exemple de page de prise d'adresses (formulaire)
- Exemple de page d'accueil de vos prospects
- Les mails programmés
- Conseil n° 1 : Présentez-vous
- Conseil n° 2 - 5 SECRETS pour réussir votre communication
- Conseil n° 3 - Du contenu !
- Conseil n° 4 - Personnalisez vos messages
- Conseil n° 5 - Obtenez que vos messages soient lus
- Conseil n° 6 - Placez un lien de désabonnement
- Conseil n° 7 - Tracez vos liens
- Conseil n° 8 - Utiliser le marketing viral
- Conclusion

N'hésitez pas à **transmettre cet e-book à tous vos amis...**

=====

Vous leur rendrez service et ils vous en seront reconnaissants. Après votre inscription à l'[Autorépondeur Mailing-Cible](#), même en temps que membre free, si vos amis s'inscrivent grâce à votre lien, vous pouvez vous-même en recevoir des commissions intéressantes à la fois lors de chaque inscription, et puis ensuite à vie, aussi longtemps que vos amis restent inscrits à cet autorépondeur.

Alors, pourquoi ne pas en profiter ?

Pour en savoir plus sur nos conditions d'affiliation et parrainage : <http://www.autorepondeur-fr.com/affiliation.php>

Si vous ne connaissez pas encore l'autorépondeur Mailing-Cible, inscrivez-vous de préférence sur le lien de la personne qui vous a communiqué cet e-book.

- **Un autorépondeur, ça sert à quoi ?**

Un autorépondeur vous permet d'envoyer automatiquement et immédiatement des courriels électroniques d'information (e-mails) aux prospects qui en font la demande en répondant à un publipostage électronique ou depuis un formulaire placé sur une page de publicité sur le net, ou encore en réponse à une petite annonce qui invite le prospect à vous envoyer un mail pour vous faire connaître son intérêt à votre offre.

Cette demande d'information peut se faire d'un simple clic: le prospect saisit son adresse e-mail sur une page de formulaire placée sur votre site, et vous lui adressez instantanément une réponse, une lettre de vente, un courrier d'information et par la suite une ou plusieurs relances.

L'utilisation d'un autorépondeur vous permet de rendre complètement automatique la communication avec vos prospects et avec vos clients. Et en particulier d'augmenter vos ventes, tout en soulageant de façon importante votre marketing de suivi de vos prospects ou de vos clients.

L'autorépondeur c'est la bonne solution pour fidéliser vos clients, relancer vos prospects, envoyer une lettre d'information... C'est la solution qui vous facilite la vie !

Simple à utiliser, il vous permet d'envoyer automatiquement des séries de messages à vos clients ou prospects, sans avoir à intervenir après que vous ayez programmé vos messages. Vous devez concevoir vos messages à l'avance et définissez les fréquences (intervalles auxquels vous voulez envoyer vos messages) et vous laissez faire le système.

Par exemple, Jean-Pierre Dupond recevra un premier message immédiatement après vous avoir contacté, un autre 3 ou 5 jours plus tard pour lui apporter des informations complémentaires ou une offre promotionnelle et finalement un troisième message une semaine plus tard, pour lui proposer une dernière offre ou un rendez-vous téléphonique.

Bien entendu, il doit vous permettre aussi la gestion de votre liste de diffusion, l'envoi de messages personnalisés aux personnes inscrites à votre liste d'adresses, l'envoi d'un e-mail solo ou de relances ou d'une news à toute votre liste.

Il vous permet aussi d'ajouter à votre mail une pièce jointe qui vous assure par exemple : la livraison d'un e-book, d'un catalogue, d'un tarif... de toute documentation que vous souhaiteriez joindre en réponse à l'attente de votre prospect.

- **Les caractéristiques d'un bon autorépondeur :**

Voici pour exemple celles de l'Autorépondeur Mailing-Cible.

- Une interface en français FACILE à utiliser, avec une assistance permanente ;
- L'envoi de vos e-mails en mode texte et en HTML ;
- L'envoi de documents attachés dans vos mailings (Word, pdf, zip...) ;
- Un nombre de listes illimité (limité à 9 (V. PRO) et à 20 dans la version Premium) ;
- La création FACILE de formulaires adaptés au design de votre site ;
- L'automatisation de l'envoi de vos messages en séquence avec pièces attachées ;
- L'envoi d'e-mails en solo avec document attaché à une ou plusieurs listes ;
- Ecrire (texte ou html) à une adresse d'une liste ;
- Des fonctions de personnalisation (prénom, nom) ;
- La gestion automatique des abonnements et des désabonnements ;
- Le traitement automatique des adresses erronées et des adresses périmées ;
- Le transfert commode d'adresses d'une liste à une autre ;
- Possibilité de double opt-in ;
- Hébergement sur un serveur dédié, rapide et puissant ;
- Abonnements et désabonnements manuels ;
- Inclusion de nouveaux messages dans la séquence de suivi ;
- Tracking et statistiques de clicks sur vos liens ;
- Possibilité de transfert de vos fichiers avec séquence de contrôle antispam ;
- Essai **Garantie Satisfait ou Remboursé**, un mois d'essai **GRATUIT ! ...**

Des **mesures anti-spam** très strictes et un système de protection efficace pour vous assurer que vous ne subirez pas les contre-coups des abus d'autres utilisateurs.

- **Exemple de page contenant un formulaire.**

Cette page est celle sur laquelle aboutit votre prospect, quand il voit votre offre sur une page de votre site. Elle doit vanter votre produit et donner à votre prospect le désir d'obtenir votre produit ou le cadeau proposé. C'est le meilleur moyen que je connaisse pour se constituer une liste d'adresses ciblée.

Aimeriez-vous avoir votre propre business ou faire évoluer votre affaire...

Comment faire de l'argent sur internet ?

Si vous laissez passer cette opportunité,
c'est que vous n'êtes pas vraiment intéressé à
Gagner de l'Argent sur Internet.

Devenez distributeur de cet e-book
(avec les droits de revente !)



9 euros seulement !

Pour recevoir immédiatement une information complète,
inscrivez sans engagement votre adresse mail ci-dessous :

Votre prénom

Votre nom

Votre email ici

votre-

Envoyer

Votre adresse reste confidentielle, elle ne sera jamais communiquée ou échangée.

Ce livre a non seulement pour objectif de vous présenter comment **Gagner de l'argent avec Votre liste d'adresses** (13 pages), mais aussi vous y trouverez aussi en plus :

- 5 secrets pour rentabiliser mieux vos annonces et achats de mots-clés
- Pourquoi et comment utiliser un autorépondeur

TROIS concepts réunis en UNE seule METHODE
pour GAGNER DE L'ARGENT sur le net !

Nous vous offrons l'opportunité de vendre ce livre pour votre propre compte et nous vous en apportons les moyens. Profitez-en ! Recevez notre dossier d'information **GRATUIT**.



Jean-Louis DUZES

Psychothérapeute - Coach
JLD Communication S.A.
Opportunités Lucratives

"Ce sont vos
décisions et non pas
les circonstances
qui déterminent
votre vie!"

Ce livre vous est
fourni avec les
droits de revente,
la méthode de
vente et tous les
outils nécessaires
pour en faire la
promotion.

- **Exemple de page d'accueil.**

Cette page est celle sur laquelle aboutit votre prospect, quand il clique sur le lien de validation de son adresse contenu dans le 1^{er} message envoyé par l'autorépondeur.



Gérez facilement votre liste d'adresses.

L'utilisation d'un autorépondeur facilite la communication avec vos clients
et vous permet de Vendre Plus !

Comment créer une liste d'adresses qui vous rapporte de l'argent ?



**Cette page est conçue spécialement pour vous faire
la démonstration de notre autorépondeur !**

La page que nous vous montrons ici est une page d'**exemple**.
Vous pouvez créer cette page entièrement à votre idée !

C'est la première page. Vous pouvez la créer à votre idée et elle peut déjà présenter vos activités. C'est celle sur laquelle votre prospect est renvoyée immédiatement après avoir confirmé son inscription en cliquant le lien dans l'e-mail envoyé par votre autorépondeur.

C'est donc une page de bienvenue, sur laquelle vous pouvez délivrer les informations que vous souhaitez, y compris placer un lien qui permette d'accéder à la page de votre choix, ou le maintenir en haleine et l'informer sur le prochain message que vous allez lui adresser.

A partir de maintenant tout se passera par e-mail et si l'avez décidé ainsi, il recevra dans les minutes suivantes le premier mail d'information que vous aurez rédigé dans votre programmation (mail n°1 à jour zéro, si c'est le cas !).

Pour bien comprendre les étapes de la création de votre autorépondeur, vous pouvez avoir une idée de notre programme d'aide que vous trouverez dans votre espace membres après votre inscription à notre autorépondeur. Cliquez-ici :

<http://www.autorepondeur-fr.com/aide/guide01.htm>

Pour vous inscrire maintenant et profiter de notre **OFFRE SPECIALE** :

[cliquez-ici](#)

- **Les Mails programmés**

Le problème majeur que nous rencontrons pour vendre sur le net, consiste à **arrêter le client** pour lui vendre ce que nous avons à lui vendre.

En surfant sur internet, l'internaute « zappe » tout le temps. Bien plus qu'à la maison devant la télé. Bien malin qui peut l'attraper !

Si votre sujet ne le passionne pas immédiatement, vous le voyez parti aussitôt. Un peu comme si vous entriez dans un grand magasin, vous pouvez entrer et sortir sans qu'un vendeur vous accroche.

Il s'agit donc de reproduire sur le web, les **méthodes de marketing de ventes en deux temps**, qui consistent à placer une information visible par le plus grand nombre, et à permettre à la personne intéressée de retourner un **coupon réponse**. Vous allez donc utiliser soit une page de formulaire pour **obtenir son adresse e-mail**, soit permettre à votre prospect de vous envoyer un mail vide pour vous manifester son intérêt. Pour être motivé à vous donner son adresse, votre prospect doit trouver une information sur cette page d'accroche suffisamment captivante pour qu'il ait le désir d'en savoir davantage. Votre page doit donc lui faire **la promesse** qu'il recevra ensuite l'information qu'il attend, et que vous avez la solution à sa recherche. L'un des meilleurs moyens est bien entendu de lui **offrir un cadeau** susceptible de lui rendre un service attendu. Bien sur ce cadeau doit être en relation avec votre site. Pour le recevoir, votre prospect n'a pas d'autre choix que de vous donner son adresse.

Et vous devrez ensuite tenir cette promesse, car sinon il aura vite fait de vous abandonner pour continuer sa recherche.

C'est là que votre autorépondeur va vous rendre le service que vous en attendez.

Grâce à votre autorépondeur vous pourrez envoyer une « **séquence** » de messages que vous aurez préparés à l'avance et dont vous allez définir l'envoi à des intervalles que vous aurez choisi, pour bien sur communiquer à votre prospect les informations qu'il attend et ensuite le conduire jusqu'au **Bon de Commande** qui lui permettra d'obtenir le ou les produits que vous voulez vendre.

Vous devez donc construire des messages suffisamment intéressants afin de maintenir en haleine votre prospect, tout en développant votre argumentation comme le ferait un vendeur dans une boutique.

- **Conseil n°1 - Présentez-vous, et situez-vous dans la continuité de l'offre à laquelle votre prospect a répondu.**

Quand un prospect s'abonne à votre répondeur, il s'attend à recevoir de l'information, puisqu'il l'a demandée. Assurez-vous donc d'avoir mis en place **un message à diffusion immédiate**, qu'il recevra avant qu'il n'oublie sa demande.

Votre message à **J+0** – Ainsi nommé, parce qu'il doit partir dès que votre prospect confirme son inscription à votre liste. Ce message a trois objectifs:

1- Créer un lien personnalisé en vous présentant à vos nouveaux abonnés.

Votre abonné a ainsi le sentiment d'être en relation avec une personne réelle, et non simplement un site anonyme. Cette approche crée un lien personnel avec votre prospect et favorise nettement votre crédibilité. Votre prospect doit avoir le sentiment qu'il communique avec quelqu'un qu'il connaît ou encore quelqu'un d'attentif, à son écoute. Il sait qu'il a demandé une information, vous devez le rendre heureux de la recevoir.

2- Vous devez ensuite placer le décor pour la suite des messages que vous allez adresser en séquence.

On entend par « **séquence** » la succession de messages que vous allez adresser à votre prospect pour le conduire jusqu'à l'achat.

Dans votre premier message, renseignez clairement vos abonnés: dites leur ce qu'ils vont recevoir précisément. Prévenez-les des messages qui vont leur être envoyés et à quelle fréquence. Cela vous évitera de nombreux désabonnements. Surtout si vous savez les maintenir en haleine d'un message à l'autre.

3- Motiver les abonnés à recevoir tous les messages.

Vous pouvez offrir une réduction, un envoi gratuit ou un cadeau (un e-book par exemple) à tout abonné qui reste jusqu'à la fin de la séquence et lira tous vos messages. Vous vous assurez ainsi de la fidélité de votre prospect et vous en obtiendrez une augmentation de vos ventes.

Donnez cependant à votre prospect la possibilité d'obtenir ce qu'il désire (achat) dès votre premier message. Rien ne serait pire que de pouvoir répondre précisément à son besoin que de le maintenir en suspens pendant plusieurs jours, sans lui donner le moyen de satisfaire son désir.

• **Conseil n° 2 - 5 SECRETS pour réussir votre communication**

Vous avez déjà envoyé un premier message à votre prospect. Vous vous êtes présenté à lui. Vous lui avez annoncé qu'il va recevoir les jours suivants un complément d'information et donc il attend vos messages, tout particulièrement le dernier pour pouvoir profiter du cadeau que vous lui avez promis. Il restera certainement abonné à votre liste, aussi longtemps que vous lui fournirez une information qui l'intéresse. C'est d'ailleurs pourquoi il s'est abonné : pour recevoir cette information de votre part. Vous devez donc répondre à cette demande.

Voici **cinq techniques très simples** et cependant très efficaces pour construire une succession de messages (séquence gagnante!) qui transformeront votre prospect en client:

1- Vous devez d'abord générer la confiance et la crédibilité. Plus vos informations sont utiles et pertinentes, et plus vos lecteurs auront confiance en vous, dans votre entreprise et dans vos produits.

Plus vous donnez une information de qualité, plus vous prouvez à votre prospect que vous savez de quoi vous parlez. Ceci est très important, quelque soit la nature du produit que vous vendez, et d'autant plus si vous vendez des produits comme une lettre d'information, des e-books, du conseil ou encore des services.

2- Suscitez un impact émotionnel qui soit déclencheur de l'intention d'achat.

Vous ne vendrez JAMAIS rien, si le besoin n'est pas déjà présent à un petit niveau. Vous devez donc parler de ce besoin ou d'un désir qui sera satisfait par l'achat proposé. Choisissez soigneusement une accroche adaptée au besoin que vous voulez éveiller : Des vacances de rêve? Plus de temps libre? Une voiture fiable ? Plus rapide ? Plus confortable ? Moins chère ? ... Une liste d'adresses FACILE à gérer ? Les gens achètent en premier lieu selon qu'un désir est présent, avoué ou caché, et seulement ensuite, parce qu'ils en ont un réel besoin. Vous devez donc réveiller ou éveiller ce désir : le rendre conscient.

Peut-être va t'il leur apporter plus de confort ? Leur enseigner quelque chose ? Les aider à résoudre un problème ? Leur apporter une autonomie ?

Vous devez trouver toutes les bonnes raisons qui font que votre produit va répondre à leurs désirs.

3- Donnez du poids à votre offre.

Annoncez au fur et à mesure de vos messages de nouveaux arguments, jusqu'à ce que votre prospect ne trouve plus de son côté aucune raison suffisante pour ne pas acheter. Proposez

des cadeaux, une remise supplémentaire ou répétez votre offre spéciale en insistant sur le fait que sa durée en est limitée.

4- Donnez une raison logique.

Les gens achètent de façon le plus souvent émotionnelle, par coup de coeur, mais ils ont besoin que la décision d'achat soit justifiée par des raisons logiques. Votre série de messages doit donc répondre à cette nécessité et inclure les raisons logiques qui vont rassurer votre prospect sur le fait qu'il a raison d'acheter. Ici, vous devez faire appel à la raison, au rationnel et démontrer le bien fondé par des faits et des chiffres.

Par exemple :

Vous lui démontrez une économie certaine d'argent grâce à cet achat ... une économie de temps... un gain supplémentaire ... Transformez la notion de dépenses en investissement. Appliquez ces idées à votre propre produit.

5- Rassurer votre client : il ne doit pas avoir de regrets.

Il vous est certainement déjà arrivé de faire un achat pour le regretter presque aussitôt. Vous devez confirmer votre client dans le bien fondé de sa décision (et limiter ainsi les remboursements) après l'achat en le rassurant, le convaincre qu'il a fait le bon choix. Dites lui une nouvelle fois que votre produit augmentera ses ventes, lui fera gagner de l'argent, lui permettra de grossir le nombre de ses prospects, lui apporter le confort qu'il souhaite, etc... Une fois leur décision prise, ils ont seulement besoin qu'on les rassure sur les bénéfices à venir.

• Conseil n° 3 - Votre prospect attend du contenu !

Vous avez déjà envoyé un premier message à votre prospect. Vous vous êtes présenté. Vous lui avez annoncé qu'il va recevoir les jours suivants un complément d'information et donc il attend vos messages, tout particulièrement le dernier pour pouvoir profiter du cadeau que vous lui avez promis.

Il restera certainement abonné à votre liste, aussi longtemps que vous lui fournirez une l'information qui l'intéresse. C'est d'ailleurs pourquoi il s'est abonné : pour recevoir cette information de votre part. Vous devez donc répondre à cette attente.

Le plus important c'est donc le **CONTENU** de chacun de vos messages : vous devez lui fournir une information de qualité ! Et non l'assommer avec une trop forte dose quotidienne de messages commerciaux. Une piqûre de rappel suffira.

Si vous vendez de l'information, donnez leur **matière à apprendre** un peu plus chaque jour. Ainsi, vous les garderez, aussi longtemps que votre message est enrichissant pour eux et aussi longtemps qu'ils en attendent une suite. Ils se sont inscrits pour apprendre ? **Enseignez !**

L'une des questions que vous posez certainement : **comment démarrer ?**

Moi, j'ouvre mon éditeur de texte... et je commence à écrire: c'est aussi simple que cela. Il n'y a rien de moins compliqué. Réunissez toutes les informations que vous voulez donner, commencez à écrire.... et continuez d'écrire aussi longtemps que votre sujet n'est pas épuisé.

Laissez tomber la mise en page, le formatage, écrivez et sauvegardez au fur et à mesure, jusqu'à ce que vous n'ayez plus rien à écrire, puis laissez de côté votre travail un jour ou deux. Laissez mûrir les idées dans votre tête. S'il en vient de nouvelles, notez-les. Ajoutez. Puis ensuite, prenez le temps de vous relire et organisez vos messages en découpant tout ce que vous avez à leur dire en éléments homogènes.

Ne livrez pas le meilleur au début, gardez-le pour la fin. **Tenez votre lecteur en haleine**, laissez lui entendre que demain, vous lui apprendrez une chose nouvelle... et de jour en jour, dites lui ce qui reste encore à venir. Votre lecteur doit attendre la suite avec impatience.

Quand vous avez fini, relisez le tout et rassemblez-le dans un même document pour voir si cela "coule", si cela se tient, se suit bien et si la lecture en est facile.

Ecrivez comme vous parlez !

Vous n'allez pas donner un cours de français, ce qui est important c'est que ce soit **agréable à lire** et surtout que vos messages soient en bon français écrits sans fautes. Vous devez avoir plaisir à vous relire. Vos phrases doivent être courtes. Synthétiques. Découpez vos paragraphes. Allez à la ligne. Soyez simple.

Votre lecteur appréciera.

Interrogez-vous : à cette lecture, vous-même, seriez vous impatient de lire la suite ?

Conseil n° 4 - Ne traitez pas votre prospect comme un simple numéro...

Vous avez déjà envoyé plusieurs messages à votre prospect. Vous vous êtes présenté. Vous lui avez annoncé qu'il va recevoir les jours suivants un complément d'information et donc il attend vos messages, tout particulièrement le dernier pour pouvoir profiter du cadeau que vous lui avez promis.

Cependant, pour que cela fonctionne bien, il doit avoir le sentiment que vous vous adressez à lui personnellement et non à quelqu'un d'anonyme parmi une foule de personnes.

Sans doute comme tout un chacun, vous aussi vous aimez être considéré et avoir le sentiment que celui qui vous parle s'adresse bien à vous. Votre prospect attend de vous la même attitude.

Un bon autorépondeur vous permet de personnaliser vos messages et d'y insérer le prénom et le nom de vos abonnés. Si vous avez prévu d'utiliser cette information - et je vous le conseille - vous pouvez l'obtenir au moment de la création du formulaire de saisie d'adresse que vous devez placer sur vos pages. Le nom de vos prospects ou de vos clients est alors stocké dans la base de données et vous pouvez l'intégrer à vos messages.

Il est bien plus agréable pour vos abonnés de recevoir **un message personnalisé**. Appelez-le donc par son nom ou par son prénom quand vous le pouvez.

Si vos abonnés se sont inscrits via un "mailto" ou en envoyant un mail vide à votre adresse autorépondeur, vous n'avez pas pu récupérer et donc connaître cette information. Choisissez dans ce cas de le saluer par un Cher ami, ou bien encore Cher Client...

C'est pourquoi, chaque fois que cela vous est possible, préférez la collecte d'adresses via une page de formulaire.

Ceci dit, si vous passez de l'information par un site de petites annonces, ou bien vous placez des messages sur des forums pour faire connaître votre offre, vous ne le pourrez pas, sauf si votre annonce ou votre message, au lieu d'inviter la personne à vous envoyer un mail, vous lui proposez un lien qui le conduise à votre formulaire.

De plus, ce faisant, vous aurez la possibilité de lui en dire déjà bien davantage que sur une simple annonce ou sur un message sur un forum.

Conseil n° 5 - Faites en sorte que vos messages soient lus.

L'une des questions que vous devez vous poser est la suivante : dois-je envoyer mes messages en mode texte ou au format HTML ? Un mail en HTML est un mail avec une mise en page, de la couleur, différentes polices, des liens cliquables, voire des images...

Malheureusement, tout le monde ne sait pas encore aujourd'hui paramétrer son webmail ou Outlook pour lire les e-mails HTML. Pour ma part, ce que je fais le plus souvent, c'est que je donne au tout début du message, l'adresse url d'**une page miroir** qui contient le texte HTML que les gens peuvent lire dans leur navigateur, s'ils ne peuvent pas le lire correctement dans leur boîte d'e-mails.

Il existe encore beaucoup d'internautes qui lisent leurs courriels en mode texte. Pour ces personnes, un e mail en HTML est quasiment illisible. Vous le comprenez, si vous envoyez une lettre à quelqu'un et qu'il ne puisse pas le lire, il est quasiment certain qu'il va l'effacer. De plus ça va l'énerver.

Donc vous devez-vous poser la question de savoir si vous devez envoyer des messages que tout le monde peut lire ou bien de beaux messages en HTML, que certains ne pourront pas lire ?

Le mieux est bien sûr d'envoyer un message en mode texte qui déclare le sujet que vous voulez traiter et qui donne un lien à copier/coller pour aller sur la page sur laquelle vous aurez mis votre message.

En fait, vous pouvez aussi faire les deux : rédiger un message au format texte (utilisez des lignes de 70 à 80 caractères maximum) en allant à la ligne régulièrement et placer au début de ce message, le lien qui indique l'adresse (url) de votre texte au format HTML.

Quand votre version texte est terminée, vous importez ce fichier dans votre éditeur HTML préféré (FrontPage, NamowebEditor, Dreamweaver, ...) et vous ajoutez les enrichissements désirés. Ainsi, tout le monde est content et vous ne courez pas le risque que votre message ne soit pas lu.

Exemple de texte d'un e-mail au format HTML :

<http://www.autorepondeur-fr.com/demo-ar-mailpgm-J0.htm>

L'utilisation correcte d'un autorépondeur sollicite nettement votre capacité d'organisation. Au nom que j'ai donné à cette page, vous pouvez comprendre comment je nomme mes mails dans une séquence pour les reconnaître facilement : il s'agit du mail programmé en séquence à J+0. Donc cet e-mail est envoyé, le jour même de l'inscription du prospect à la démonstration de notre autorépondeur.

- **Conseil n° 6 - Rassurez vos prospects sur le fait qu'ils peuvent se désabonner.**

Vous devez en permanence rassurer vos abonnés.
D'une part sur le fait qu'ils pourront se dés-inscrire commodément, d'autre part sur le fait que leur adresse mail est protégée et qu'elle ne sera jamais communiquée ou vendue. Ceci, faites-le dès le formulaire de saisie de l'adresse de vos prospects.

Une phrase comme celle-ci : « *Votre adresse reste confidentielle, elle ne sera jamais communiquée ou échangée.* » constitue un engagement qui rassure votre prospect.

Placez systématiquement un lien de "**désabonnement**" en pied de tous vos messages.

En effet, si quelqu'un ne veut plus recevoir de messages de votre part, vous devez réaliser que conserver cette personne dans votre base est bien inutile : il est très probable qu'il n'est pas intéressé par votre offre. Donc vous n'avez aucune raison de le retenir davantage contre son gré.

Expliquez donc qu'ils pourront se dés-inscrire dès le début et proposez un lien dans chaque message. Sinon vous courrez le risque qu'un mauvais coucheur vienne vous accuser de spams.

Vous pouvez cependant tenter une dernière chose avant de supprimer complètement leur adresse : vous pouvez leur envoyer en guise de mail de désinscription ou en les dirigeant vers une page de formulaire un petit questionnaire afin de mieux connaître leurs centres d'intérêt.

Une question ou deux ne demandant qu'une courte réponse et vous en saurez peut-être davantage sur la raison de leur manque d'intérêt ou sur leurs motivations et leurs besoins.

- **Conseil n° 7 - Traquez vos prospects (tracez vos liens) .**

Vous l'aurez compris, il s'agit évidemment d'un jeu de mot, choisi pour attirer votre attention sur la nécessité de mettre en place une méthode de **tracking** - ou traçage - de vos liens.

Il ne s'agit pas bien sur de traquer vos clients à la façon d'un gibier comme si vous alliez à la chasse. Quoi que ...

Un bon autorépondeur vous permet de tracker vos liens.

S'il ne le fait pas, vous trouverez ici la possibilité d'un nombre de liens illimité pour un abonnement annuel de seulement 29,95€ : www.tracking-fr.com.

A quoi sert le "tracking" de vos liens ?

A savoir d'où viennent vos prospects et à mesurer le résultat de vos actions de communication.

Viennent-ils d'un formulaire rempli sur une page de vote site?

Ont-ils répondu à une publicité dans votre newsletter ou à une annonce passée sur un site d'annonce ? Et sur quel site ?

Envoyé un e-mail depuis un lien mailto ?

Sont-ils envoyés par un de vos partenaires, un ami....

Vous devez donc **tracker vos liens**, analyser la provenance de vos prospects, tenir des statistiques...

C'est la seule bonne façon d'optimiser vos actions. Vous devez être en mesure d'apprécier la rentabilité de chacune de vos actions commerciales, pour déterminer où vous devez appuyer sur l'accélérateur ou bien freiner. C'est le moyen de tester vos annonces, vos accroches, vos textes, vos pages...

Trackez vos liens ! C'est la principale règle du succès en marketing sur le web (ou ailleurs) : vous devez analyser vos résultats, l'origine de vos succès ou de vos défaites.

Les échecs, s'ils sont bien compris et exploités, peuvent devenir aussi des sources de succès inattendus.

• Conseil n° 8 - Utilisez le principe du marketing viral !

C'est quoi ?

Vous connaissez certainement la façon dont un virus se propage et envahit une population. Il se communique d'une personne à l'autre comme le bouche à oreille, et de ce fait s'étend rapidement à une immense population, alors qu'il n'est parti que d'un seul foyer.

En appliquant ce principe à votre communication, vous pouvez développer très rapidement votre affaire en demandant à vos contacts de faire connaître votre produit à leurs amis ou connaissances. Ainsi votre information se transmet sans aucun effort de votre part. Pour peu que vous les intéressiez à le faire, alors votre pari est gagné d'avance.

Vous trouverez ici un exemple excellent de marketing viral, appliqué à la multiplication de petites annonces sur internet :
<http://www.mutannonces.com/partenaires/a2224>

Un autre exemple que vous trouverez ici est celui d'un e-book offert avec les droits de distribution :

<http://www.qui-veut-gagner-des-millions.htm> ?

Si vous créez un **e-book GRATUIT** (comme celui-ci) et de qualité rempli d'informations utiles sur un sujet qui intéresse vos prospects, nul doute que si vous leur donnez cette information gratuitement et qu'en plus vous leur accordez le droit de la rediffuser : votre livre se transmet très rapidement d'une personne à une autre. Bien sur, cela ne fonctionne que si votre livre contient une information réellement intéressante.

Il va se répandre d'une personne à une autre sans que vous ayez grand chose à faire à la façon d'un virus... d'où le nom de marketing viral utilisé pour cette méthode.

Votre autorépondeur peut-être utilisé dans votre stratégie de marketing viral :

L'auto-démonstration du répondeur Mailing-Cible - et cet e-book que vous recevez à son terme - en sont un bon exemple. Régulièrement dans mes messages, j'invite le lecteur à faire suivre cet e-mail - ou ce livre - à leurs relations, amis ou connaissances. Vous pouvez le faire aussi avec ce livre.

Peut-être ne le ferez vous pas, d'autres le feront parce qu'ils y trouveront un intérêt suffisant ou encore le moyen de **valoriser leur propre communication**. Je suis certain que certaines de vos relations s'inscriront à leur tour sur cet [autorépondeur](#), et parmi eux, l'un ou l'autre, à son tour, fera probablement suivre notre information à d'autres, etc.

Pour quel résultat ? Vous l'avez certainement remarqué, nos messages contiennent des liens vers notre service. C'est ainsi que cette communication nous procure plus de trafic et génère des ventes.

L'intérêt de l'autorépondeur, c'est qu'il vous permet d'associer deux techniques parmi les plus puissantes du marketing sur internet : d'abord le suivi de prospects qualifiés, et ensuite le **marketing viral**.

Vous avez donc besoin de créer quelque chose qui soit gratuit et le **FAIRE SAVOIR** : le communiquer autour de vous. Si votre création est de suffisamment bonne qualité et utile à vos contacts, ils le feront connaître à leur tour.

Associez votre contenu gratuit avec une séquence de messages sur votre autorépondeur ! Ainsi, vous aurez mis en place **une véritable catapulte** : un outil marketing extrêmement puissant. Il va se développer sans presque plus d'intervention de votre part, si ce n'est de tirer chaque jour sur la gâchette : Vous faites la promotion de votre produit gratuit et invitez l'internaute à vous demander une information supplémentaire.

Nous arrivons à présent au terme de ce petit exposé qui, je l'espère, vous aura donné quelques bonnes idées sur la façon de bien utiliser un autorépondeur.

Inutile de le cacher ! Depuis le début vous l'avez certainement déjà compris, il s'agit pour moi, par la même occasion de vous proposer d'utiliser nos services.

Peut-être cet e-book vous aura été offert par l'un nos clients, devenu aussi notre distributeur. Si c'est le cas, **cliquez sur le lien qu'il vous a donné pour vous inscrire**. Vous pouvez essayer **GRATUITEMENT pendant TOUT UN MOIS** notre service, pour la gestion d'une liste de diffusion.

Vous découvrirez certainement très vite combien c'est outil vous est **UTILE**, ou même bientôt **indispensable**, si votre offre concerne un grand public, vous ne pourrez bientôt plus vous en passer. Vous découvrirez aussi, que gérer UNE seule liste ne vous suffira pas. Si vous proposez plusieurs produits, vous aurez besoin de gérer plusieurs listes. Ou même de distinguer une liste de prospects différente de celle de vos clients.

L'Autorépondeur Mailing-Cible vous permet la gestion facile de vos listes de diffusion, la rédaction et l'envoi de messages personnalisés aux personnes inscrites à vos listes d'adresses, l'envoi d'un e-mail solo à toute une liste.

L'ajout de pièces jointes pour livrer vos documents : un e-book, un catalogue, un tarif... de toute documentation que vous souhaiteriez joindre en réponse à l'attente de votre prospect. Vous pouvez même écrire à une seule personne à la fois ou à plusieurs listes. Il vous permet le transfert d'adresses d'une liste à l'autre. La gestion des « bounces » : adresses e-mails revenues en erreur...

Nous vous proposons de découvrir sans aucun risque un service des plus complets et en français !

Pour bien en comprendre le fonctionnement, consultez notre guide d'utilisation :

<http://www.autorepondeur-fr.com/aide/guide01.htm>

Et puis n'hésitez pas à transmettre ce livre à tous vos amis... Vous leur rendrez service et ils vous en seront reconnaissants. D'autant que si vous le faites, et que vos amis s'inscrivent grâce à votre lien, vous pouvez vous aussi en recevoir **des commissions intéressantes** à la fois lors de chaque inscription, et puis ensuite à vie, aussi longtemps que vos amis restent inscrits à cet autorépondeur.

Ne passez pas à côté de la remise qui vous est offerte !

Pour une période limitée, nous vous offrons **une remise de plus de 50 %** sur l'abonnement annuel au service Premium de Autorépondeur Mailing Cible.

Payez seulement 100€ l'abonnement d'un an (20 listes) au lieu de 261€ au tarif normal. Profitez maintenant de votre offre spéciale.

Commandez immédiatement pour être assuré de payer ce prix réduit. Si vous attendez, cette offre sera peut-être terminée. Vous aurez été prévenu !

Pour vous inscrire maintenant et profiter de notre OFFRE SPECIALE :

Cliquez sur le lien de la personne qui vous a offert ce livre.

Ne tardez pas : notre OFFRE SPECIALE est limitée dans le temps et pourra se terminer prochainement.

Cordialement,

Jean-Louis DUZES
Autorépondeur Mailing Cible.

Autorépondeur Mailing Cible est une plateforme de gestion de répondeurs automatisés, avec suivi. Créez votre compte et relancez automatiquement vos prospects et contacts dès demain!

Pour plus de détails, visitez <http://www.repondeur-fr.com>

Pour voir un autorépondeur en fonctionnement :
<http://www.autorepondeur-fr.com/demonstration-autorepondeur.htm>

Programme d'Affiliation

Si vous êtes intéressé(e) à **Gagner de l'Argent** de votre activité sur internet, nous proposons à tous les webmasters et à nos clients aussi la possibilité de rejoindre notre réseau de distribution pour faire connaître l'Autorépondeur Mailing-Cible.

Si vous êtes webmaster, et disposez d'un site pour y placer nos bannières, vous pouvez rejoindre notre affiliation via Allopass :

http://www.autorepondeur-fr.com/affiliation_allopass_autorepondeur.htm

Si par ailleurs, vous rejoignez les utilisateurs de notre service, même en tant que membre FREE (période d'essai GRATUITE), vous pouvez **recevoir des commissions** en qualité de distributeur indépendant.

Elles sont versées chaque mois pour chaque client apporté et aussi longtemps que ce client demeure abonné, vous en recevez les commissions.

Ces commissions (de 10% avec un plafond à 65%) sont proportionnelles à vos ventes et fonction de votre statut d'utilisateur (Membre Free, Pro, Premium, VIP...).

Vos **commissions** sont calculées chaque mois sur le montant hors taxes de votre Chiffres d'Affaires (soit le total des ventes générées par vous par de nouveaux abonnés (vos filleuls) ou suite à leur réabonnement). Le taux des commissions est indiqué sur le tableau ci-dessous.

Les **bonus** sont des pourcentages supplémentaires et proportionnels au nombre de clients que vous avez recrutés par tranche de 10 clients. (Ex.: 5% pour 50 filleuls).

Vous recevez des commissions même en tant que membre Free (membre gratuit) et cela dès le début de votre inscription.

Statut	Commissions	Bonus
Free	10 %	1 % par tranches de 10 filleuls
Pro	20 %	1 % par tranches de 10 filleuls
Premium	30 %	1 % par tranches de 10 filleuls

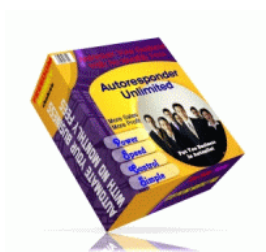
C'est un bon moyen pour que votre abonnement ne vous coûte rien et pour obtenir des revenus complémentaires légalement. Parlez-en à vos amis !

Plus d'infos ? Lisez les conditions d'affiliation :
<http://www.autorepondeur-fr.com/affiliation.php>

**Et si vous ne voulez pas d'un service partagé,
et que vous ayez cependant le besoin
d'un autorépondeur en français...**

Pour un usage individuel, et si vous en avez la compétence, vous pouvez installer sur votre serveur, ce produit très simplifié qui vous permet de gérer vous-même un système d'autoréponse bien moins sophistiqué. Donc, si vous tenez à votre indépendance :

Installez FACILEMENT cet AUTOREPONDEUR sur votre site !



Plus d'informations ici :

<http://www.opportunites-lucratives.com/autorepondeur/autorepondeur.htm>

=====

Communiquez... Communiquez ... il en restera toujours quelque chose !

Information à méditer : de source statistique,
Pour qu'un message soit reçu de votre cible et qu'il aboutisse à une éventuelle action,
il faut que votre message soit VU, Lu, ou Entendu au moins 21 fois ;
et si possible des 3 manières à la fois.
Une image vaut mille mots.

=====

**Obtenez GRATUITEMENT le cours en 10 leçons sur la Publicité
de Christian Godefroy
[Cliquez ici](#)**

[Inscrivez-vous gratuitement à des cours de marketing internet](#)
qui vous dévoileront des techniques qui fonctionnent pour
vous placer en tête des moteurs de recherche et augmenter votre trafic.

Cet dossier d'information est protégé par un copyright.
Tous droits de reproduction sont réservés.

Bonne Réussite



Copyright Dépôt - 00038901 - Jean-Louis Duzès
[Informations société](#)