





**C** VENDRE  
SUR FACEBOOK  
SIMPLE



**C** VENDRE  
SUR FACEBOOK  
**SIMPLE**



# **POURQUOI CE LIVRE ?**

Bonjour, je suis Lyle SOBORO auteur des best-sellers Le marketing C'Simple Tome 1 et Tome 2.

Rien ne me destinait à parler de marketing et de vente – en fait, je suis ingénieur pétrole de formation.

Mais lorsqu'en 2016, après avoir lancé ma première entreprise de restauration en ligne (sur facebook) « PETIT FOUR », je peinais à obtenir des clients et à générer des bénéfices malgré tous les efforts fournis et l'argent investi, je me suis rendu compte qu'il me manquait quelque chose de fondamental.

J'entendais dire qu'avec Facebook il était facile d'avoir des clients et vendre facilement. Mais moi je souffrais pour obtenir un client par jour.

Je voyais certains vendeurs gagner des millions par mois avec seulement des ventes sur facebook pendant que moi j'arrivais à peine à réaliser du bénéfice.

Tous ceux à qui je demandais de l'aide me donnaient des conseils souvent contradictoires.

« Publie maximum 2 à 3 fois pour ne pas agacer les gens »



« Publie à outrance pour être visible dans cette jungle »

« Booste tes publications pour être vu par le maximum de personne»

« Ne sponsorise pas tes publications, c'est un système mis en place par Mark Zuckerberg pour prendre notre argent »

J'étais perdu et confus.

Puis en cherchant plus loin, en étudiant les actions de vendeurs à succès d'ici et d'ailleurs, je me suis rendu compte qu'il y avait une ligne de conduite à suivre.

Dans leurs actions qui semblaient désordonnées, il y avait une méthode claire. Rien n'était fait au hasard.

Après avoir passé des nuits blanches à étudier les autres vendeurs, je touchais enfin de près la solution pour vendre facilement sur facebook.

Les résultats ne se sont pas fait prier dans mon entreprise. Mes commandes journalières ont d'abord doublées puis triplées.

Il arrivait des jours où nous vendions 10 fois plus que d'habitude.

Je dormais mieux. Les clients me venaient en abondance via facebook.

Je ne m'inquiétais plus des fins de mois parce que j'avais trouvé ce qu'il fallait faire pour vendre facilement et rapidement sur facebook.

2 ans plus tard, lorsque j'ai voulu partager dans des livres toutes mes connaissances acquises en marketing pour aider tous ces entrepreneurs qui comme moi n'avaient pas de notion de marketing mais en avaient besoin pour réussir leur business, j'ai encore utilisé ces mêmes stratégies.

A 99% sur facebook, mes bouquins Le marketing C'Simple Tome 1 et Tome 2 ont été vendus à plus de 1500 exemplaires.

Avec seulement facebook, j'ai obtenu des clients dans toutes les communes d'Abidjan, dans les villes de l'intérieur de la Côte d'Ivoire, dans les pays de la sous-région, en Europe et en Amérique...

...Avec facebook et la bonne stratégie.

J'ai, pendant 2 mois, partagé cette stratégie à 100 entrepreneurs d'ici et de la sous-région.

En l'appliquant « bêtement » ils ont eux aussi commencé à avoir des résultats.

Certains qui peinaient à réaliser une vente par semaine se sont vus obtenir un client tous les jours.

Si vous rêvez de vendre à outrance sur facebook, d'attirer facilement des clients et de gagner beaucoup plus d'argent avec facebook, ce livre est pour vous.

Ce livre se veut être un guide pratique qui vous montrera le chemin du succès de la vente sur facebook.

Vous découvrirez toutes les étapes à suivre pour vendre sans souffrir sur facebook.

A la fin de votre lecture, vendre sur facebook n'aura plus de secret pour vous.



# **L'ETAT D'ESPRIT DU VENDEUR A SUCCES SUR FACEBOOK**

Pour commencer à réaliser des ventes sur facebook comme vous en rêvez, il y a un état d'esprit à avoir.

Cet état d'esprit vous évitera de poser des actions improductives. Il vous évitera d'être découragé quand il ne faut pas. Il vous permettra de persévérer quand c'est nécessaire.

Pour réussir à vendre sur facebook, vous devez comprendre que vendre sur facebook **ce n'est pas un sprint mais plutôt un marathon.**

Il ne suffit pas d'enchaîner des publications de vente sur votre profil ou votre page pour voir vos ventes augmenter et se multiplier.

Il y a plusieurs étapes à franchir.

Pour voir vos ventes exploser, vous devez :

- Bâtir une relation avec vos clients
- Obtenir leur confiance
- Démontrer votre expertise dans votre domaine
- Etre connu et reconnu dans votre domaine
- Obtenir la sympathie de vos clients

- Donnez suffisamment de valeur avant de prendre l'argent des clients

Quand tout ceci est fait, les ventes ne sont qu'une suite logique.

Cependant, tout ceci ne se fait pas en un jour ou une semaine. Mais cela ne prend pas une éternité non plus.

Ce que vous devez retenir c'est que pour multiplier vos ventes sur facebook, vous devez poser une série d'actions en étant constant et régulier.

Mais quelles actions ? C'est ce que vous découvrirez dans la suite du livre.





# **PROFIL OU PAGE POUR VENDRE ?**

Facebook dispose de deux outils principaux permettant de vendre : le profil et la page.

Ces outils, accessibles à tout le monde et gratuits, sont différents sur plusieurs points et chacun dispose de points forts et de points faibles.

Quelles sont ces différences ? Et comment les utiliser pour multiplier vos ventes ?

**Le profil** est ce que tout le monde utilise pour se connecter à facebook.

Avec votre profil, vous avez la possibilité de partager des éléments sur vous avec vos amis (photo, actualité, pensée...)

Votre nombre d'ami est limité à 5000. Au-delà de 5000, vous ne pouvez plus accepter des demandes d'amis. Cependant à partir de ce moment, tous ceux qui enverront des demandes d'amis passeront en abonnés.

Les personnes abonnées à votre profil pourront voir et réagir à tout ce que vous publiez.

Avec votre profil, vous avez la possibilité d'interagir avec les autres, liker, commenter, partager.

De plus, en utilisant votre profil, vous avez la possibilité de faire des publications directement dans les groupes de vente.

Votre profil vous donne droit à la messagerie instantanée. Vous pouvez discuter « inbox » avec tout le monde.

Votre profil est centré sur votre personne et de ce fait, il peut donner une image pas très professionnelle.

Aussi, avec un profil, il est impossible de sponsoriser vos publications.

**La page**, quant à elle, a été conçue pour les associations, les entreprises, les business, etc.

Sa présentation lui donne donc d'office une image plus professionnelle.

Pour avoir une page, il faut avant tout avoir un profil. C'est en vous connectant avec votre profil que vous pourrez créer une page.

(Pour savoir comment créer une page, voir annexe 1)

Avec une page, vous n'avez pas d'amis mais plutôt des abonnés ou fans. Et le nombre d'abonnés est illimité.

Vous ne pouvez pas commenter ou liker leurs publications. L'interaction est à sens unique. Ce sont les utilisateurs de Facebook avec leur profil qui peuvent liker, commenter et partager vos publications.

Néanmoins, vous pouvez répondre à leurs commentaires sur vos publications.

A partir de votre page vous ne pouvez pas discuter en messagerie instantanée (inbox) avec les gens sans qu'ils ne vous aient donné l'autorisation, tant qu'ils ne vous ont pas écrit.

Une page vous donne droit aux publications sponsorisées pour toucher plus de personnes.

Maintenant que vous connaissez les différences entre une page et un profil, comment les utiliser pour multiplier vos ventes sur facebook ?

Pour multiplier vos ventes sur facebook je vous recommande d'utiliser votre profil personnel qui porte

votre nom et d'avoir une page professionnelle qui portera le nom de votre business ou votre marque.

Pour vos publications, vous devez votre profil à 70% et la page à 30%.

Pourquoi 70-30 ? Parce qu'il est difficile d'avoir la même efficacité sur deux choses à la fois, vous devez donc maximiser sur l'outil le plus efficace et rentable.

Facebook est un réseau social. Les gens y sont pour échanger avec d'autres personnes.

Les gens seront plus enclins à acheter avec une personne facile d'accès derrière un profil plutôt qu'avec une entreprise qui se cache derrière une page austère et rigide.

Le profil donne plus de flexibilité pour interagir avec les clients, ce qui est nécessaire pour bâtir une relation solide, prérequis pour multiplier les ventes.

De plus, Facebook réduit la visibilité naturelle des pages pour contraindre les propriétaires à sponsoriser leurs publications.

Par contre, facebook existe en grande partie grâce aux publications des utilisateurs à partir de leur profil.

Du coup, quand un profil fait une publication qui plait aux gens, facebook commence à la montrer à plus de personnes.

Néanmoins, vous ne devez pas abandonner votre page.

Utiliser votre page pour avoir les deux visages, cool et professionnel.

Avec votre page, vous conservez votre droit aux publications sponsorisées.

Ainsi, lorsque vous ferez une publication sur votre profil que sera appréciée, vous pourrez la publier sur votre page et la sponsoriser pour toucher encore plus de personnes.

Certains pourraient dire que le profil c'est la vie personnelle et la page c'est le business, et qu'il ne faut donc pas mélanger les deux.

Je comprends ce point de vue.

Toutefois, je pense que choisir un seul outil c'est volontairement réduire et limiter ses possibilités de multiplier vos ventes.

Si votre objectif est de multiplier vos ventes, utilisez votre profil et une page en mettant l'accent sur le profil.





**70% sur votre profil**



**VOTRE IMAGE ATTIRE OU  
REPOUSSE LES CLIENTS**

L'image que vous projetez à partir de votre profil favorise vos ventes ou les bloque.

Les gens aiment et veulent donner leur argent à des personnes qu'ils aiment, apprécient, et en qui ils ont confiance.

Votre profil est l'endroit pour vous faire aimer. Vos publications sont les seuls moyens dont disposent les gens pour se faire une idée de vous.

En venant sur votre profil, les clients doivent pouvoir se faire rapidement une idée de qui vous êtes, ce que vous proposez et en quoi ça peut les aider.

En arrivant sur votre profil il y a 4 choses que vos clients remarquent immédiatement et sur lesquelles vous devez avoir un contrôle strict.

- Votre photo de profil
- Votre photo de couverture
- Votre biographie
- Vos publications

**Votre photo de profil** doit vous montrer sous une bonne image.

Une belle photo de vous, soit dans un beau cadre, soit au travail, soit en train de confectionner ce que vous vendez.

Par exemple, si vous êtes un conférencier votre photo de profil pourrait être une photo de vous en train de donner votre speech.

Si vous êtes une restauratrice, votre photo de profil pourrait être une photo de vous en train de cuisiner ou en train d'apprêter un plat.

Si vous êtes une coiffeuse, votre photo de profil pourrait être une photo de vous en train de coiffer.

Vous pouvez toutefois utiliser votre photo de profil pour mettre en avant une promotion par exemple.

Le changement de votre photo de profil a une très grande visibilité. Facebook le montre au maximum de personnes parce qu'ils se disent que c'est votre nouveau visage, il faut donc que tous vos amis le voient.

Vous pouvez donc utiliser votre photo de profil pour mettre en avant un produit.

Mais prenez soin de montrer votre visage le plus souvent.

**Votre photo de couverture**, grâce à sa grande taille, doit être utilisée pour montrer vos produits.

C'est votre espace publicitaire gratuit. Utilisez-le à bon escient.

Utilisez la pour présenter ce que vous faites, vos locaux, vos produits, vos clients satisfaits, etc.

**Votre biographie** est le petit texte descriptif de 101 caractères maximum qui apparaît juste en dessous de votre photo de profil.

Il sert à présenter en quelques mots votre personnalité, vos intérêts, vos passions, votre business, vos produits, les personnes que vous aidez, etc.

Ce petit texte permet de donner, en 3 secondes, à toute personne qui arrive sur votre profil, l'idée principale qu'elle doit avoir de vous.

Vous pouvez utiliser les structures suivantes :

**« J'aide (votre cible) à (la solution que vous vous apportez) »**

Exemple : Si vous êtes un vendeur de costume.

J'aide les jeunes cadres dynamiques à trouver de beaux costumes pour le travail

**« Vous avez (le problème que vous résolvez) vous êtes au bon endroit »**

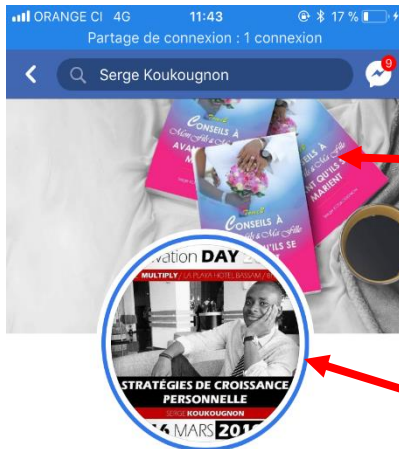
Exemple : Si vous êtes un restaurateur spécialisé en livraison de nourriture dans les bureaux

Vous ne savez pas quoi manger ce midi au bureau, j'ai votre solution

**Votre corps de métier – votre contact**

Exemple : Community Manager – 49043704

Je vous présente quelques exemples de vendeurs dont vous pouvez vous inspirer.



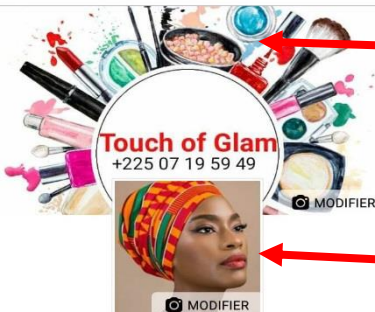
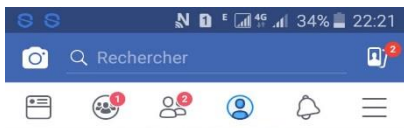
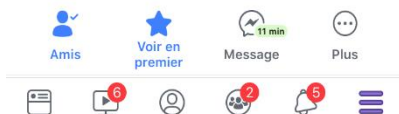
**Photo de couverture**

**Photo de profil**

Serge Koukougnon

#Conférencier #Auteur #Coach #Storyteller  
\*SelfConfidence \*SelfImprovement  
\*RelationShip

**Biographie**



**Photo de couverture**

**Photo de profil**

Touch'of Glam

Boutique en ligne: Maquillage et  
accessoires de qualité à prix doux,  
produits amincissant et friperie

**Biographie**







**Photo de couverture**

**Photo de profil**

Alison Abele

Fashion & Food Lover 🥰🥰  
Toi aussi ? Alors suis-moi ! 😊😊

**Biographie**



**Photo de couverture**

**Photo de profil**

Vincent Kadio

Si tu sais que tu mérites MIEUX, copie et colle  
ce lien dans ton navigateur <http://bit.ly/NexxtLevel>

**Biographie**

**Vos publications** sont votre moyen pour partager vos pensées, pour promouvoir vos produits ou services.

C'est avec vos publications que vous vous exprimez sur facebook. C'est avec elles que vous parlez à vos clients.

Plus loin dans ce livre, je vous dirai quoi dire dans vos publications mais pour l'instant je veux aborder un autre point.

Lorsque que quelqu'un vient sur votre profil, il doit voir vos publications et non les publications d'autres personnes.

Imaginez cette scène : vous avez fait une publication dans un groupe de vente. Une personne a vu votre publication et est intéressée. Elle clique sur votre nom pour arriver sur votre profil.

Une fois sur votre profil, elle s'attend à voir d'autres publications qui parlent de ce produit ou service que vous proposez et ceci, afin de juger de votre crédibilité.

Mais malheureusement, elle voit tout sauf des publications faites par vous.

Elle ne voit que des publications d'autres personnes dans lesquelles vous avez été identifié. Des photos sur lesquelles vous n'apparaissez pas, des textes ou vidéo qui parlent de tout sauf de vous et votre produit.

Ceci aura pour effet de décourager le client et le faire partir.

Comment éviter cette situation ? Vous devez contrôler ce qui apparait sur votre profil.

Vous devez bloquer l'apparition immédiate sur votre mur de publications dans lesquelles vous avez été identifié.

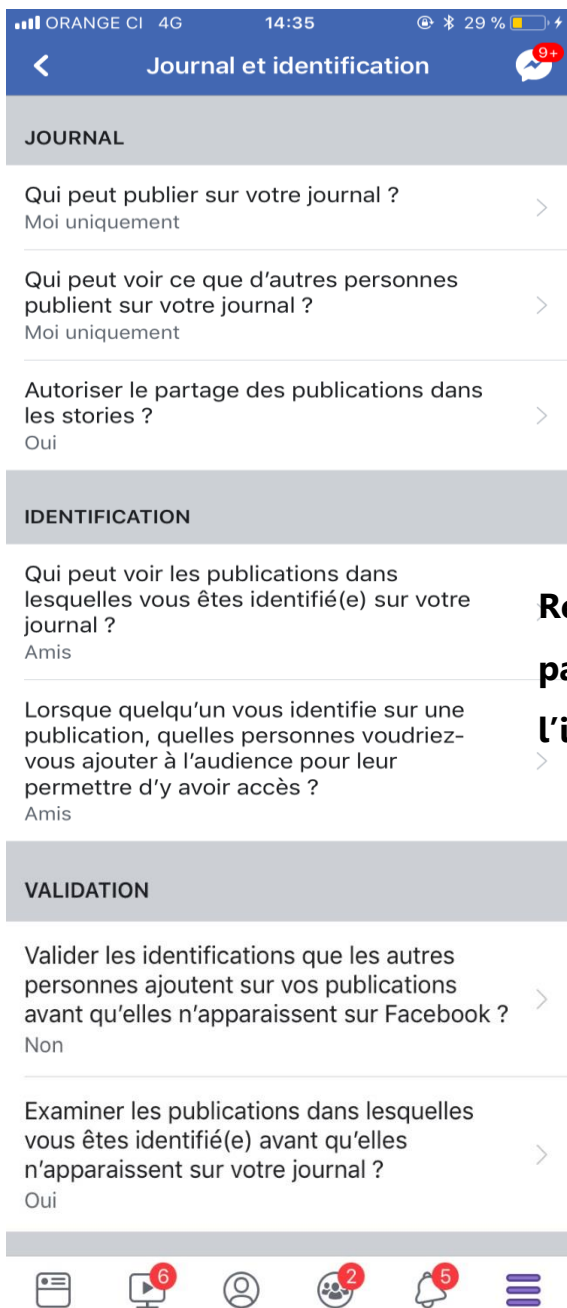
Et pour ça, Facebook a mis à disposition une option.

Vous devez examiner toutes les publications dans lesquelles vous êtes identifié avant qu'elles n'apparaissent sur votre journal.

Pour cela faites :

### **Menu – Paramètres et vie privé – paramètres – Journal et identification**

En suivant ces différentes étapes vous arriverez sur la page suivante.



**Rentrez les mêmes paramètres que sur l'image**

Si vous voulez multiplier vos ventes sur facebook, assurez vous d'avoir un profil correct.

Maintenant que vous savez comment vous assurer une bonne image à partir de votre profil, vous allez découvrir les publications à effectuer pour multiplier vos ventes.



# **BATIR UNE RELATION**

Tous ceux qui arrivent à vendre facilement sur facebook et à gagner des millions par mois, ont tous bâti une relation solide avec leurs clients, leurs abonnés, leur amis facebook.

Les gens prendront plaisir à vous donner leur argent durement gagné lorsqu'ils auront une vraie relation avec vous.

Jeffrey Gitomer a dit dans son best-seller Le petit livre rouge de la vente : « Si le client vous **apprécie**, vous **croit**, vous trouve **compétent**, vous fait **confiance**...peut-être qu'il achètera de vous »

Si vous voulez commencez à multiplier vos ventes sur facebook, vous devez commencer à bâtir une relation avec vos clients et commencer à gagner leur sympathie.

Pour bâtir cette relation vous ne devez pas uniquement faire des publications de vente de vos produits.

Imaginez une chaine de TV sur laquelle il n'y a que des publicités. Combien de temps vous passerez à regarder cette chaine de TV ? Pas plus de 10 minutes.



Votre profil est comme une chaîne de TV et vous ne devez pas seulement faire de la publicité.

Les gens viennent sur facebook généralement pour se distraire, pour rire, pour s'exprimer, pour discuter, pour s'informer, pour critiquer...et pour acheter.

Pour attirer des personnes qui finiront par acheter vos produits, vous devez bâtir une relation avec eux en ayant un profil intéressant.

Pour rendre votre profil intéressant vous pouvez faire des publications qui :

- Informent
- Suscitent des débats constructifs
- Partagent des conseils
- Font rire
- Font réfléchir
- Font jouer
- Motivent

Vous pouvez poster de temps en temps :

- Des histoires
- Des paroles de motivation

- Des vœux pour la journée
- Ce que vous avez prévu pour le week-end...

Le but est que votre profil ne devienne pas ennuyeux parce qu'on y retrouvera que des publications qui disent : « achetez, achetez, achetez !! »

Mais que vos amis et abonnés s'y retrouvent de temps en temps, et se rendent compte qu'il y a une personne derrière ce profil.

Par exemple les lundis, les gens ne sont généralement pas motivés, c'est donc le bon moment pour faire une publication de motivation. Ils vous en remercieront.

Ou alors, lorsqu'il y a une actualité, comme Didier Drogba qui met fin à sa carrière, tout le monde lui rend hommage, vous pouvez vous aussi faire une publication.

Ça ne vous fera pas vendre directement mais ça montrera que vous êtes humain et vous gagnerez un peu plus la sympathie des gens.

En faisant ce genre de publications, vous commencerez à avoir l'interaction des gens. Or, lorsqu'une personne

interagie très souvent avec un profil, facebook lui montrera encore plus les publications de ce profil. Ainsi, lorsque vous ferez vos publications de vente vous bénéficierez de plus de visibilité.

A contrario, moins les gens interagissent avec vos publications, moins facebook leur montrera vos publications.

Pour ne jamais manquer d'idée de publications, abonnez-vous à plusieurs pages qui traitent de divers sujets (actualité, humour, motivation,...).

Vous pourrez vous inspirer des publications de ces pages pour faire les vôtres.

Une autre manière de bâtir une relation solide avec vos clients, c'est de les faire rentrer un peu dans votre vie et dans votre tête.

Vous pouvez partager vos réflexions sur certains sujets. Partagez votre avis oui, mais dans la mesure et dans la sagesse.

Evitez donc les sujets qui fâchent comme la politique et la religion.

Aussi, vous pouvez partager quelques moments de votre vie personnelle sans pour autant rendre votre privée publique.

Vous avez diné dans un restaurant, vous pouvez faire une publication pour partager comment vous l'avez trouvé.

Vous effectuez un voyage à l'intérieur du pays, vous pouvez partager vos différents moments en photos.

Facebook est un réseau social, soyez sociable et vous verrez vos ventes se multiplier sans effort.

Variez vos publications, vous bâtirez ainsi une relation solide avec vos clients et vos ventes se multiplieront.

**DEVENEZ UN EXPERT  
DANS VOTRE DOMAINE**

Le temps des généralistes est terminé. Aujourd'hui, tout le monde préfère dépenser son argent chez quelqu'un qui s'y connaît vraiment.

Pour un problème de peau, on préférera aller chez un dermatologue plutôt que chez un médecin généraliste.

Pour un problème de nerfs, on ira chez un neurologue. Et mieux, parmi tous les neurologues, on préfère s'adresser au spécialiste en nerfs optique ou en nerfs crâniens, en fonction de son problème.

Il en est de même sur facebook.

Sur facebook, les gens veulent acheter avec des personnes qui connaissent et maîtrisent vraiment ce qu'ils vendent.

Ils recherchent des personnes qui sauront leur dire quoi faire et qu'ils vont suivre « bêtement »

En devenant expert dans votre domaine, les gens développeront une confiance en vous.

Ainsi, quand vous leur recommanderez d'acheter tel ou tel produit, ils n'hésiteront pas à acheter parce qu'ils se diront « l'expert a dit que c'est bon, c'est que c'est bon ».

Tous ceux qui arrivent à très bien vendre sur facebook ont pris le soin de se positionner comme des experts dans leurs domaines.

Cependant, vous ne pouvez pas vous autoproclamer expert et hop tout le monde vous fait confiance.

Vous devez le montrer et le démontrer. Vous devez faire ce que les experts font. A savoir :

- Un expert a une spécialité. Personne ne peut être expert dans tous les domaines à la fois. Vous devez avoir/choisir un ou deux domaines d'expertise. Votre domaine d'activité et/ou le domaine qui vous passionne.
- Un expert résout des problèmes. Il apporte des réponses aux questions que les gens se posent dans son domaine d'expertise.
- Un expert aide les gens à améliorer leurs vies dans son domaine d'expertise.

- Un expert, un vrai, parle dans un langage simple. Il apporte des solutions simples et facilement applicables.
- Un expert est incontournable mais accessible. Il répond systématiquement aux sollicitations. Il est ouvert et disponible.
- Un expert n'hésite pas à partager gratuitement son savoir parce qu'il sait que c'est ainsi qu'il touchera le maximum de personnes.

Pour résumer, vous devez, à travers des publications sur votre profil, partager des conseils, des astuces, des techniques pour améliorer la vie de vos clients dans votre domaine.

Par exemple, si vous vendez des vêtements, vous pouvez partager des astuces et conseils pour bien choisir sa tenue en fonction des occasions.

Ou encore donner des méthodes de lavage pour ne pas abimer les vêtements.

Un autre exemple, si vous êtes un infographiste et que vous voulez montrer aux gens que vous êtes un expert,



vous devez passer votre temps à faire des créas et les publier sur votre profil.

Vous devez saisir toutes les occasions pour faire une créa comme les débuts de semaine, les fêtes nationales, les évènements sportifs et autres.

Vous devez saisir toutes les occasions pour démontrer ce que vous savez faire.

Un dernier exemple, si vous avez un restaurant, vous pouvez montrer que vous êtes expert en partageant des conseils de cuisine, des astuces et même des recettes.

Vous devez présenter vos réalisations et expliquer aux gens comment ils pourraient en bénéficier.

Pour attirer beaucoup plus de clients à vous, vous devez vous demander :

- Quelles sont les difficultés et problèmes que rencontrent les gens dans votre domaine d'activité ?
- Quelles sont les questions qu'ils se posent quotidiennement en rapport avec votre domaine ?
- Qu'est ce qui les empêche de dormir les soirs ?

Après avoir répondu à ces questions, donnez-leur des astuces, des méthodes, des conseils et techniques simples pour surmonter tous ces challenges.

Imaginez deux vendeurs d'un même type de produit. L'un vous donne des conseils gratuitement (vous appliquez et avez des résultats) et l'autre ne vous donne pas de conseils.

Quand les deux vous proposeront d'acheter leurs produits, avec qui serez-vous plus enclin à acheter ? Bien évidemment, avec celui qui vous donnait de bons conseils.

C'est pour cela que se positionner comme expert aux yeux des gens est très important pour multiplier vos ventes.

Voici quelques exemples de publications de bons vendeurs sur facebook pour donner des conseils et se positionner en tant qu'expert.



**Dèguè d'Astrid** en plus de chercher à vendre ses bouteilles de dèguè, donne des conseils pour faire un bon yaourt.

Le client se dira, si elle connaît cette astuce pour avoir un bon yaourt ça veut dire qu'elle fait un bon yaourt.



**Petit Four**, pour encore plus inciter les gens à acheter ses bouteilles de jus de fruit, informe son audience sur les bienfaits de boire un jus de tamarin



Mariane David

13 septembre 2018 · 🌐



[Leçon du jour by WMW]

Faire partir ou faire partie?

Faire partie signifie être membre/élément /une partie d'un ensemble.

Dans ce cas, le verbe faire se conjugue mais "partie" reste invariable (peu importe le genre et le nombre du sujet).

Exemples:

- 1) Je fais partie de l'ONG KpataCI
- 2) Marius fait partie du club de gym du quartier
- 3) Marie et Jacques font partie du Renouveau.
- 4) Drogba, Maestro et Yaya Toure ne font plus partie de l'équipe nationale de CI.

Voilà, maintenant vous faites partie des personnes qui ne se tromperont plus sur l'orthographe de partie 😊.

Le lien de commande d'un de nos services de correction de textes n'a pas changé: [www.bit.ly/withmywords](http://www.bit.ly/withmywords)

#LeçondujourByWMW

#WithMyWords



Votre commentaire...



**Mariane David**, pour inciter et convaincre les gens à venir payer ses services de correction de textes, démontre qu'elle maîtrise bien les rouages de la langue français en donnant des leçons journalières.

Montrez et démontrez que vous maîtriser votre domaine et les gens vous feront suffisamment confiance pour acheter avec vous.

# **3 TYPES DE PUBLICATIONS**

En plus des publications pour bâtir la relation et démontrer votre expertise, vous devez faire des publications pour vendre concrètement vos produits et services.

Il s'agit des publications dans lesquelles vous recommandez à tous ceux qui vous suivent d'acheter ce que vous vendez.

Dans ces publications, vous donnez des arguments convaincants pour pousser les gens à acheter vos produits ou services.

Finalement, nous retenons 3 types de publications :

- Les publications pour bâtir la relation et montrer que vous êtes humain
- Les publications pour montrer et démontrer votre expertise
- Les publications de vente

Pour être efficace et obtenir des résultats extraordinaires, voici le rythme journalier auquel vous devez effectuer chaque type de publication :

- Publication pour bâtir la relation **(10%)**

- Publication pour démontrer votre expertise **(30%)**
- Publication pour vendre **(60%)**

Ou plus simplement par jour :

- **1** publication pour bâtir la relation
- **3** publications pour démontrer votre expertise
- **6** publications pour vendre

Au-delà des chiffres, vous devez retenir la logique suivante :

**Parlez un peu de vous, démontrez beaucoup votre expertise et vendez constamment.**

Cependant, qu'est-ce que vous devez mettre dans vos publications de vente ? C'est ce que vous découvrirez dans les chapitres suivants.





# **VOTRE OFFRE, LA BASE**

Votre offre est la base de vos publications de ventes.

Une offre est la combinaison de ce que vous proposez (service et/ou produit) et du prix que vous demandez.

Exemple :

- Un iPhone 6 à 120.000F
- Une formation en community management à 300.000F
- Un plat de foutou à 2000F

Votre offre est ce que le client regarde pour décider d'acheter ou pas.

Et pour décider d'acheter, le client fait une comparaison consciente ou inconsciente entre ce que vous proposez et le prix que vous demandez.

3 cas de figures se présentent lorsque quelqu'un veut acheter un produit :

- 1- Si, aux yeux du client, la valeur de ce que vous proposez (la valeur perçue) est supérieure au prix demandé, le client verra une bonne affaire et il achètera.

- 2- Si, aux yeux du client, la valeur de ce que vous proposez (la valeur perçue) est égale au prix demandé, le client sera hésitant.
- 3- Si, aux yeux du client, la valeur de ce que vous proposez (la valeur perçue) est inférieure au prix demandé, le client refusera d'acheter.

Pour multiplier vos ventes, vous devez proposer dans vos publications de vente des offres dont la valeur perçue est « largement » supérieure au prix demandé.

La valeur perçue est la valeur qu'une personne accorde à quelque chose qu'elle veut acheter.

Plus elle accorde de la valeur, plus elle est prête à payer.

Par exemple, vous accordez énormément de valeur à l'électricité chez vous. C'est pourquoi vous ne discutez pas pour payer votre facture.

La valeur perçue d'un produit est liée à ce que vous gagnez dans votre vie en ayant ce produit.

Plus vous savez ou pensez que ce produit vous rapportera gros dans la vie ou résoudra un gros problème, plus vous y accordez de la valeur.

Les clients décident d'acheter un produit quand ils pensent que la valeur du produit est supérieure à l'argent qu'ils vont devoir sortir de leur poche.

Partant ce de fait, pour amener vos clients à vouloir acheter votre produit, vous devez avoir des offres dont la valeur perçue est forte : vous devez avoir des **offres irrésistibles**.

**DES OFFRES  
IRRESISTIBLES DANS VOS  
PUBLICATIONS DE VENTE**

Une offre, c'est la combinaison de ce que vous proposez et du prix que vous demandez.

Une offre devient **irrésistible** lorsque la valeur de ce que vous proposez est supérieure au prix demandé.

Pour concevoir une offre irrésistible, vous avez 3 options.

**Option 1** : Conservez la valeur perçue de ce que vous proposez et baisser le prix.

Dans ce cas : Valeur perçue > prix => achat

**Option 2** : Augmenter la valeur perçue et garder stable le prix.

Dans ce cas : Valeur perçue > prix => achat

**Option 3** : Augmenter la valeur perçue et baisser le prix.

Ici encore : Valeur perçue > prix => achat

Plus la valeur perçue est supérieure au prix, plus l'offre devient irrésistible. Le client ne peut refuser.

Baisser son prix (Option 1 et 3) est une stratégie à utiliser rarement.

Comment rendre votre offre irrésistible en augmentant la valeur perçue ?

Pour cela, votre offre doit comporter 3 parties :

- 1- Le sujet principal (votre produit ou service)
- 2- Le ou les bonus
- 3- La limitation

Pour rendre votre offre irrésistible, vous devez avoir au moins ces 3 éléments.

Prenons un exemple.

L'opérateur Orange CI organisait un samedi par mois une promo dénommée « 100% bonus » dans laquelle le client reçoit 100% de crédit pour tout rechargement de 500F.

Cette offre marchait incroyablement bien parce qu'elle contenait toutes les caractéristiques d'une offre irrésistible.

- 1- Le sujet principal : recharger à partir à 500F
- 2- Le bonus : 100% de bonus offert
- 3- La limitation : l'offre est valable uniquement le jour

J

Les deux éléments supplémentaires (le bonus et la limitation) doivent respecter certaines règles pour être efficaces.

## **Le bonus**

Le bonus doit être quelque chose de physique ou virtuel qui :

- Soit complète le sujet principal
- Soit facilite son utilisation
- Soit prolonge sa longévité.

Le bonus doit être quelque chose que le client aurait tout compte fait acheter pour un meilleur usage du produit.

Par exemple, à quelqu'un qui achète un ordinateur portable, vous pouvez offrir comme bonus :

- Un sac d'ordinateur : protège et prolonge sa longévité
- Une multiprise ou une rallonge : facilite son utilisation
- Une souris optique ou un tapis de souris : complète le produit principal.



Plus vous offrez de bonus au client, plus votre offre devient irrésistible. Mais attention cependant à ne pas trop en offrir, au risque de rendre votre offre peu crédible.

## **La limitation**

La limitation est une tension que vous créez afin de pousser le client à se décider immédiatement.

Il y a généralement 2 grands types de limitations à créer :

- Soit la quantité est limitée
- Soit le temps pour se décider est limité

Si vous avez un produit en grande quantité que vous souhaitez écouler, vous devez mettre la limitation sur la quantité de bonus que vous offrez.

Par exemple, les 15 premiers clients recevront gratuitement un sac d'ordinateur de 25.000F.

Vous devez toujours limiter le temps pour se décider.

Soit vous limitez le temps pour acheter votre produit, soit vous limitez la période pendant laquelle les bonus seront disponibles.

Par exemple, les sacs d'ordinateur ne seront offerts que le premier jour d'ouverture du magasin. Le lendemain, ils seront payants.

Vous pouvez enfin associer les deux types de limitation : limiter la quantité et limiter le temps pour en profiter.

Par exemple, seulement 20 ordinateurs HP seront vendus (quantité limitée), au tarif de 100.000F le premier jour (période limitée) et seuls les 10 premiers clients (quantité limitée) repartiront avec un sac d'ordinateur offert gratuitement.

Plus vous créez de la tension, plus les clients auront envie de saisir l'opportunité.

Pour résumer :

- Le sujet principal
- Le ou les bonus
- La limitation

Voici des exemples d'offres irrésistibles.

### **Business : location de voitures**

Le principal : louer une voiture pour une journée à XX Fcfa

Les bonus

Ce qui complète : un chauffeur gratuitement

Ce qui facilite l'usage : le véhicule est présent au lieu de rendez-vous 10mn avant l'heure indiquée.

Ce qui prolonge la longévité : remise spéciale de X% lors de la 2e location.

La limitation : la remise spéciale est valable 30 jours après la fin de la 1ère location

### **Business : VENTE DE BRIQUES**

Le principal : X briques à Y francs

Les bonus

Ce qui complète : 10 kg de ciment offert

Ce qui facilite l'usage : Transport offert dans un rayon de 10 km

La limitation : les bonus sont valables pour une commande minimum de X Fcfa

### **Business : SAVON DE TOILETTE - GOMMAGE**

Le principal : X morceaux de savons à Y Fcfa

Les bonus

Ce qui complète : Une éponge / une serviette offerte

Ce qui prolonge la longévité : Un bocal de conservation offert.

La limitation : les bonus ne sont ajoutés que pour X morceaux achetés.

### **Business : VENTE DE VEHICULE D'OCCASION**

Le principal : Un véhicule d'occasion à X Fcfa

Les bonus

Ce qui complète : 1 mois d'assurance offert.

Ce qui facilite l'usage : X Fcfa de carburant offert

Ce qui prolonge la longévité : 1ère vidange offerte

La limitation : les bonus ne sont ajoutés que pour un paiement CASH.

### **Business : VENTE en ligne DE BIJOUX**

Le principal : un bijou à X Fcfa

Les bonus

Ce qui complète : un coffret de rouge à lèvres offert.

Ce qui prolonge la longévité : un coffre à bijoux offert

La limitation : les bonus ne sont ajoutés qu'à partir de XF dépensés.

**VOUS POUVEZ  
AUGMENTER VOS PRIX**

Beaucoup de vendeurs croient à tort que les clients recherchent le produit au plus bas prix.

C'est pourquoi, ils ont peur d'avoir des prix élevés par rapport à ce qui se fait sur le marché.

Ils pensent qu'avec un prix supérieur, les clients les fuiront.

Ils se trompent lourdement. Et si vous pensez pareil, vous vous trompez aussi.

Les clients recherchent le produit qui satisfera au maximum leur besoin. C'est ce qui est prioritaire.

Ensuite, ils veulent le produit qui satisfera leur besoin au maximum à un prix raisonnable, pas le bas prix.

Tout d'abord, le client cherche à être comblé ensuite il veut payer un prix acceptable.

Entre deux vendeurs, le client choisira celui dont l'offre comble le plus ses besoins.

Et si les deux vendeurs comblent pareillement le besoin, il regardera le prix et choisira le moins cher. Satisfaction d'abord, prix ensuite.

C'est pourquoi vous devez avoir des offres irrésistibles, parce qu'une offre irrésistible est une offre qui comble aisément les besoins des clients avec un prix acceptable.

Mais concrètement, comment mettre en place vos offres irrésistibles ?

Vous avez 3 méthodes à votre disposition :

- 1- Vous avez une grande marge sur votre produit donc vous pouvez supporter le coût des bonus

Par exemple, vous vendez des chaussures à 35.000F et vous réalisez une marge de 15.000F par chaussure.

Avec votre marge de 15.000F, ça ne vous coûte presque rien de prendre 2000F dans les 15.000F pour offrir en bonus au client une paire de chaussette et une boîte de cirage.

Votre marge sera réduite à 13.000F, mais vous multipliez vos ventes.

Votre offre sera : 35.000F la paire de chaussure et en bonus, une paire de chaussette et une boîte de cirage.

2- Votre marge n'est pas grande mais vous avez une liquidité personnelle

Par exemple, vous vendez des sacs à main à 15.000F et votre marge est de 2500F par sac.

Vous voulez faire une offre irrésistible en ajoutant un foulard comme bonus mais le foulard coûte 2500F.

Vous ne pouvez pas supporter le coût du foulard avec votre marge sinon vous ne gagnez plus rien.

Voici donc ce que vous devez faire.

Puisque vous avez la liquidité, vous achetez les foulards chez un vendeur avec votre argent.



Mais l'offre sera : Sac à main à **17.500F (15.000F + 2500F)**. Un joli foulard assorti au sac offert.

3- Votre marge n'est pas grande et vous n'avez pas de liquidité personnelle

Avec l'exemple précédent. Vu que cette fois vous n'avez pas de liquidité personnelle pour acheter les foulards, voici ce que vous devez faire.

Vous allez voir le vendeur de foulard pour faire un partenariat.

Vous lui proposez de vous donner les foulards et quand vous vendez vos sacs avec un foulard en bonus (à 17.500F) vous lui remettez les 2500F pour le foulard.

Voici donc expliqué concrètement comment mettre en place vos offres irrésistibles.

En plus d'ajouter des bonus et une limitation à votre produit principal, il y a deux autres éléments qui peuvent rendre vos offres encore plus irrésistibles.



# **ENCORE PLUS IRRESISTIBLE**

Avec un produit principal, des bonus, et une limitation, vous obtenez une offre irrésistible.

Mais il y a deux autres éléments qui peuvent rendre votre offre encore plus irrésistible.

Il s'agit de **la garantie** et **la livraison à domicile**.

### 1- La garantie

Les gens sont toujours hésitants pour acheter un produit parce qu'ils ont peur de se tromper.

On a tous peur de se tromper, de faire un achat et après se rendre compte qu'on a pris une mauvaise décision.

Alors pour ne pas laisser cette peur empêcher vos clients d'acheter votre produit, vous devez proposer une bonne garantie.

Vous devez présenter une garantie solide qui enlèvera toute crainte dans l'esprit du client.

Voici quelques exemples de garanties que vous pouvez proposer :

- Satisfait ou remboursé
- Si le vêtement ne vous convient pas vous pouvez le ramener sans justification
- Ce téléphone est garanti 1 mois.
- Nous ferons les modifications jusqu'à produire le visuel qui vous convient.
- Si vous trouvez plus de 2 fautes, dans votre document, on s'engage à le recorriger gratuitement.
- Si au bout de 3 jours le dèguè est fermenté, nous vous offrons une autre bouteille gratuitement.

En fonction de votre produit, trouvez la garantie qui convient.

## 2- La livraison à domicile

Si vous vendez sur facebook des produits qui sont livrables, intégrer la livraison est une nécessité.

C'est même un bon bonus à offrir. En effectuant la livraison, vous enlevez un gros poids sur les épaules du client.

Comment proposer la livraison ? Vous avez 3 options.

Option 1 : faire payer la totalité de la livraison au client.

Exemple : Produit 5000F et Livraison 1000F

Option 2 : Faire payer la moitié des frais de livraison au client.

Exemple : si le produit coûte 2500F et que la livraison coûte 1000F, vous dites au client que le produit coûte 3000F (2500F + 500F) et que la livraison coûte 500F

Option 3 : Offrir gratuitement la livraison

Exemple : si le produit coûte 2500F et que la livraison coûte 1000F, vous dites au client que le produit coûte 3500F (2500F + 1000F) et que la livraison est gratuite.

L'option 3 est la plus attractive.

Vous savez maintenant tout ce qu'il vous faut pour faire des offres irrésistibles.

Mais avoir l'offre ne suffit pas. Vous devez emballer l'offre dans un beau message convaincant avant de la publier.





# **ECRIRE SUR FACEBOOK**

Lorsque vous faites vos publications sur facebook, elles doivent être lues. Ça ne sert à rien de faire des publications qui ne sont pas lues.

Que ce soient des publications pour bâtir la relation, pour démontrer et montrer votre expertise ou pour vendre, si personne ne lit votre texte, vous l'aurez écrit en vain.

Vous devez écrire de sorte à ce que les gens aient envie de lire, même si c'est long.

Voici donc quelques conseils à respecter pour bien écrire et être lu.

Lorsque vous rédigez vos publications, faites des paragraphes courts. Pas plus de 3 lignes.

En rédaction à l'école, on nous disait, une idée par paragraphe.

Sur facebook, c'est souvent une phrase par paragraphe, si elle est longue.

Vous devez privilégier la simplicité : Sujet – verbe – complément.

En suivant ces conseils vous pourrez écrire 3 pages et les gens liront du début jusqu'à la fin.

Ce sont exactement les règles que j'applique pour l'écriture de ce livre afin de le rendre facile à lire.

De plus, vos textes doivent avoir un titre que vous mettez entre crochets.

Ce titre mis entre crochets a plusieurs objectifs :

- Donner au lecteur une idée du contenu de la publication.
- Piquer sa curiosité et le pousser à lire.
- Avoir un signe permettant aux gens d'identifier en un clin d'œil vos écrits.

Voici un exemple de texte qui suit les conseils énoncés.

*[COMMENT NE PLUS JAMAIS AVOIR FAIM ?]*

*Est-ce que tu es comme moi ?*

*Après le repas de midi, qu'il eut été copieux ou pas, te retrouves-tu à avoir faim vers 15h et 16h ?*

*Ou encore, as-tu faim très souvent à des heures bizarres ?*

*Si tu es comme moi, réjouis-toi car j'ai découvert ce qu'il te faut.*

*Avant je ne savais pas comment gérer ces petites faims. Quand elles arrivaient, tout m'énervait. Ma productivité baissait et je devenais très susceptible.*

*Et tout ça, c'est sans mentionner la fatigue qui m'envahissait lorsque je devais accomplir des tâches au job.*

*Mais tout ça, c'était avant ma découverte.*

*Je te promets qu'avec ce que je vais te dévoiler tout à l'heure, tu n'auras plus faim à des heures imprévisibles.*

*Pour combattre la faim, il faut manger. Mais pas n'importe quoi.*

*Ce que tu dois manger, c'est le meilleur coupe-faim...LES  
CAKES.*

*...*

Ce texte a été publié à l'époque de mon entreprise PETIT FOUR et il nous a rapporté, à lui seul, une dizaine de commandes.

Maintenant que vous savez comment écrire, vous allez découvrir ce que vous devez dire dans vos publications de vente.



# **QUE DIRE DANS VOS PUBLICATIONS DE VENTE ?**

Lorsque les gens liront vos publications de vente, vous ne serez pas à côté d'eux pour apporter des informations supplémentaires plus convaincantes.

Votre texte doit remplir plusieurs fonctions.

Il doit :

- Attirer l'attention
- Exposer le problème que vous résolvez
- Présenter votre solution (votre produit ou service)
- Vous présenter
- Lister les avantages de votre solution
- Démontrer la popularité
- Proposer votre offre irrésistible
- Présenter votre garantie
- Gérer les objections
- Inviter les clients à passer à l'action

Pour écrire un message qui remplit ces fonctions, plusieurs structures existent. Et elles sont très souvent compliquées et pas facile à appliquer par tout le monde.



Néanmoins, il existe une structure simple que vous pouvez suivre et obtenir d'excellents résultats.

C'est une structure en 5 parties. :

1- Voici votre problème que je résous...

2- Voici la solution...

3- Voici ce qu'elle fera pour vous...

4- Voici combien cela coûte...

5- Voici comment faire pour l'avoir...

En pratique, voici ce que ça donne.

### Exemple 1 : **Vente d'iPhone original**

1- Vous recherchez un iPhone original dans son carton scellé et à un bon prix ?

2- iPhone 6, 6s, 8, X, nous avons tous les modèles que vous recherchez dans notre boutique certifiée.

3- Avec nous la qualité est assurée, vous n'aurez aucun problème.

4- Les prix varient entre 90.000 et 850.000F. La livraison est gratuite à domicile et le téléphone est garanti 1 mois

5- Pour commander votre iPhone, appelez nous juste au 49043704.

## Exemple 2 : **Service de livraison de colis**

- 1- Vous avez un colis à livrer urgemment ?
- 2- Nous nous en occupons, le service de livraison express Lyle Xpress
- 3- Nous passons récupérer votre colis et nous le livrons en moins de 2H.
- 4- 1500F la course partout à Abidjan
- 5- Juste un appel au 49043704 et nous venons vers vous

## Exemple 3 : **Restaurant, Livraison de repas à midi dans les bureaux**

- 1- Plus besoin de prendre votre pause à midi pour aller lutter dans un restaurant pour espérer manger.
- 2- Le restaurant Lyle FOOD, vous livre votre déjeuner à votre bureau.
- 3- Vous recevez tous les matins, par sms, le menu du jour, vous faites votre choix et à midi pile vous avez votre plat.
- 4- 1000F le plat et ou 15.000F l'abonnement mensuel
- 5- Envoyez juste par SMS « J'ai faim » au 49043704 et nous vous contacterons

#### Exemple 4 : **Vente de robe de soirée**

1- Un diner bientôt ? Vous avez besoin d'une belle robe de soirée ?

2- Nous avons la robe qu'il vous faut et qui vous rendra unique

3- Cette robe rouge en soie marquera l'esprit de tous ceux qui poseront leurs regards sur vous.

4- Elle coûte normalement 35.000F mais jusqu'à demain, vous pourrez l'avoir à 25.000F. Il ne reste qu'une seule robe.

5- Mettez juste « intéressée » en commentaire et nous vous contacterons.

Avec cette structure, vous pourrez écrire facilement des messages de ventes.

Tout en conservant la structure, vous devez écrire différents messages de vente.

Testez plusieurs phrases, plusieurs présentations du problème, plusieurs annonces de la solution, etc.

Faites plusieurs tests jusqu'à trouver les phrases qui accrochent et vendent.

Cependant, vous devez être simple, précis et concis.

Par exemple, pour la dernière partie dans laquelle vous devez dire comment faire pour avoir votre produit, vous devez être clair.

Vous devez demander une action précise : Appelez, envoyez un sms, remplissez le formulaire, écrivez, etc.

Si vous n'êtes pas précis, le client ne saura pas quoi faire et ne fera donc rien.

Il existe une autre technique pour rédiger des messages de vente percutants.

Cette technique demande plus d'aptitude de rédaction mais elle a le mérite d'être très efficace.

Cette technique, c'est le storytelling, l'art de raconter des histoires pour vendre.

Vous devez, en racontant une histoire vraie ou fictive, mettre en situation un personnage qui a les caractéristiques de votre cible avec le produit que vous vendez.

Dans l'histoire, vous devez faire ressortir le problème qui est résolu par votre produit, les bénéfices et l'impact dans la vie des utilisateurs.

Je vous présente quelques messages de vente basés sur du storytelling.

*Message de Vente de Serge Koukougnon pour vendre son programme de formation.*

**[500.000frs DURANT 9 MOIS...]**

Aux porteurs de projets qui ne trouvent pas de financement.

Son projet était bon. Il avait fait toutes les analyses nécessaires. Il avait envisagé tous les cas de figures. À tous les coups, il s'en sortait. Mais il lui manquait un élément.

Il lui manquait 500.000frs. Il savait que s'il les avait, en 4 mois il pouvait les rembourser avec même 40% en plus. Au pire des cas, il pourrait donner 20% en plus. Heureusement il avait une dernière piste.

Les 3 premières, c'était son oncle, un gars qui doit avoir dans les 2 millions chaque mois. Mais le gars l'avait trop fait tourner. Il a ensuite vu son cousin qui a fait beaucoup de millions en marketing de réseau. Mais le gars lui posait trop de questions, comme s'il se méfiait. Il n'a jamais compris pourquoi. Et là enfin, il avait cette troisième option.

Le copain de sa petite sœur. Le tonton l'aime bien. Et c'est un tonton qui a jeton. Aussi, il a la main facile. Le tonton lui avait donné rendez-vous le 25 décembre. Le 24 soir, ils se sont même vus dans une boîte de nuit. Après, le tonton a remis ça au 2 Janvier. Mais pourquoi?

Le jeune ne comprenait pas pourquoi ça coinçait depuis. Il avait ce jour-là 15.000frs. Ses amis brouteurs lui avaient parlé d'un marabout à Williams Ville qui est très

dangereux. "Le gars est prêt même. Il peut te dire ton passé, ton futur, tout." avait-il entendu.

Il a donc pris son courage à deux mains pour aller voir le gars pour savoir pourquoi durant les 9 mois écoulés il n'a pas pu avoir quelqu'un pour lui donner 500.000frs. "Je me demande même si c'est pas un sort " pensait-il. Pourquoi depuis les gens me promettent mais ça ne vient pas? Ce qu'il allait entendre allait le choquer.

"Kpassa krou krou! Parle moi je t'écoute ! " Le marabout parlait à son fétiche dans une sorte de transe. Puis il devint calme et dit:

Tu sais petit, ce n'est pas un sort qu'on t'a lancé. Les gens riches ne confient pas leur argent aux gens qui ne leur ressemblent pas.

Comment ça le vieux? Demanda-t-il.

Je viens, je vais tout te dire. Mon petit, tant que tu as la mentalité de pauvre tu ne vas jamais avoir l'argent des riches. Je vois ici que tu as demandé de l'argent à ton

cousin. Tu sais pourquoi il ne t'a pas donné?

Non.

C'est parce que tu lui as déjà emprunté 5000frs il y a quelques années, et jusqu'à maintenant, tu n'as toujours pas remboursé sans lui expliquer quoi que ce soit.

Le jeune homme n'en revenait pas. Il était vraiment choqué.

Tu sais, poursuivit le marabout, si on ne peut pas te faire confiance sur de petits montants, ce sera difficile qu'on te confie beaucoup plus.

Ton cousin ne t'en veut pas, mais il n'a pas oublié. Or, on ne joue pas avec l'argent durement gagné. Je vois aussi autre chose.

Quoi donc le vieux? Demanda le jeune homme, plutôt déçu de lui-même.

Le monsieur qui sort avec ta sœur ne va jamais te donner les 500.000frs. Vous vous êtes croisés dans une boîte de nuit. Toi qui n'as pas l'argent tu vas faire quoi dans la même boîte de nuit que ceux qui ont un peu ? Il t'a vu



ivre. On ne confie pas ce qui est important à quelqu'un qui est pressé de se faire plaisir et qui s'oublie dans l'alcool.

Le jeune ne tenait plus, ses larmes se mirent à couler. "Mon vieux, comment je peux gérer ça? Comment je peux recoller les morceaux et regagner leur confiance?".

Mon petit, pour ton cousin, c'est simple, vas lui parler. Excuse toi, mais n'attends plus de lui que l'argent vienne.

Pour le doyen, laisse ça comme ça. Ne demande plus rien.

Pourquoi je te dis ça?

En fait, tu peux toi-même gagner cette somme-là.

Mais à une condition.

Laquelle le vieux? Dis-moi je suis prêt.

Il te Faut changer ta mentalité.

Mais comment je peux faire ça?

"Kpassa krou krou!" s'écria le marabout. C'est là qu'un petit sacrifice te sera demandé. Le jeune fit un regard inquiet. Il redoutait ce moment-là.

Ce n'est rien mon petit, rassura le marabout. Vas sur facebook. Actuellement, Serge Koukougnon fait la promotion de son programme audio "les Secrets du subconscient pour transformer ta vie".

Ça coûte 21.000frs normalement. Mais avec 10.000frs tu peux l'avoir. Mon fétiche me dit que tu as envoyé 15.000frs.

Laisse 5000frs ici et envoie 10.000frs sans les frais sur le 08139161. Ensuite, envoie un SMS avec ton Nom+"Subconscient" +Ton email au même numéro.

Il t'enverra par mail les 7 leçons du programme en audio + 3 Bonus à télécharger dans les 5 minutes. Télécharge-les et écoute plusieurs fois. Tu découvriras des secrets qui vont changer ta mentalité.

Le jeune homme remercia le marabout et partit.

- SK

Message de vente écrit par Mac Arthur Kouassi pour vendre des Pochettes pour femme.

## **[HUMM...LES FEMMES QUOI!]**

Eva hésitait beaucoup. En fait elle n'avait jamais été en relation avec un homme de ce rang. Igor tenait pourtant à ce qu'elle vienne avec lui ce soir.

"Eh Seigneur ! Au milieu des boss là, je vais m'habiller comment ?".

Elle voulait appeler sa copine Nadine pour la conseiller mais cette dernière est trop affairée. Elle allait vouloir tout savoir.

"Bon je vais prendre ma robe verte avec la pochette de ma petite sœur".

Elle appela sa sœur qui accepta de lui passer sa pochette. À 19H40, la Passat C7 de Igor l'attendait devant la maison.

"Waouh " dit-il lorsqu'elle sortit de la maison. "Tu es éblouissante."

Elle se sentait rassurée après ce premier compliment. Mais elle retenait son souffle jusqu'à ce qu'ils arrivent dans ce restaurant chic sur le VGE.

Lorsqu'ils entrèrent, Eva a failli s'oublier. "Tchibaaa ! C'est jolie hein" s'exclama a-t-elle.

"Euh Pardon ? " demanda Igor qui n'avait pas bien entendu.

"Euh je disais que c'est somptueux comme décor ".

"Ah oui, en effet c'est vraiment beau" rajouta-t-il.

Tous les hommes étaient accompagnés de femmes qui avaient de la classe.

Eva se sentait complexée, avec ses habits moins chers et sa pochette empruntée.

Cependant, elle remarqua qu'au moment du repas, les yeux de certaines dames étaient posés sur elle.

Cette situation la mettait de plus en plus mal à l'aise. Cet inconfort s'amplifiait au point où elle fut contrainte de demander à rentrer.

"Je dois partir Igor. J'ai un malaise", dit-elle avec insistance.

Igor s'empressa de retirer sa chaise pour aller la raccompagner.

"Ces femmes-là se prennent pour qui ? Elles passent leur temps à regarder les gens comme si tu as chié sur toi " pensait-elle en sortant.

Alors qu'elle était à la porte, l'une des dames qui la regardaient la rattrapa. "Excusez-moi Madame ! " dit la dame qui la suivait.

"Elle me veut quoi celle-là ? " murmura Eva.

"Vraiment désolé de vous avoir dévisagé ainsi. Mais je ne pouvais pas me contenir devant la beauté de votre pochette. Elle est simple et belle à la fois. Où l'avez-vous achetée ? "

Éva, en bonne go de Yop Quartier Maroc voyait la enfin

l'occasion de faire son malin ... Et elle ne se fit pas prier.  
Éva répondit donc : "Euh c'est une pochette importée.  
Chaque exemplaire est unique, et ce n'est pas sûr que  
vous puissiez en avoir actuellement, mais je vais prendre  
votre contact et vous informer s'il y en a de disponible.

Si, comme cette dame, tu veux l'une de ces pochettes,  
nous avons une bonne nouvelle pour toi.

En ce moment la pochette est vendue à 25.000frs, mais il  
te suffit d'être parmi les 5 premières à appeler en donnant  
le code #GoodSellers et tu bénéficieras de 5000 F de  
réduction.

Réserve maintenant au +225 08 37 41 58.

Ps: Livraison possible.

Ces histoires choisies en exemples sont particulièrement  
longues mais vos histoires ne doivent pas être  
nécessairement longues.

Si vous avez de bonnes aptitudes de rédaction, vous  
pouvez vous amuser à imaginer des histoires mettant en  
scène vos produits et votre cible.

# **PUBLIER A OUTRANCE**

Combien de publications par jour ?

Sur cette question, il n'y a pas de règle. Vous pouvez publier autant de fois que vous pouvez.

3, 7, 10, 15, vous avez le droit de faire ce que vous voulez.

Cependant, pour multiplier vos ventes, je vous recommande de faire au moins 5 publications par jour.

Plus vous faites des publications, plus vous augmentez votre visibilité.

Plus vous faites des publications, plus vous touchez de personnes.

Si vous n'êtes pas visible, vous ne vendrez jamais. Publiez à outrance !

Pourquoi vous devez publier à outrance ?

Certaines personnes ont besoin de lire plusieurs de vos publications avant de décider d'acheter votre produit.



Mais vous ne savez pas combien de publications. Alors plus vous faites de publications, plus vite vous attendrez rapidement ce nombre.

Publiez à outrance vous permettra de varier plusieurs fois votre message de vente, et ce faisant, plus rapidement vous déterminerez les phrases qui convainquent facilement.

Publiez à outrance jusqu'à ce que les gens vous disent que vous publiez beaucoup.

Lorsqu'ils commenceront à vous dire que vous publiez beaucoup, soyez heureux parce que c'est une bonne nouvelle. Maintenez le rythme.

Ça voudrait dire que vous commencez à être visible. Or les ventes suivent la visibilité.

Cependant, même s'il n'y a pas de règle sur le nombre de publication, il y a des heures d'affluence où la majorité des personnes est connectée à facebook.

Ces heures sont :

- 07h à 09H : A cette heure les gens cherchent à prendre les informations sur facebook avant d'aller travailler.
- 11h – 13h : Ils vont à la pause donc ils peuvent voir vos publications
- 16h – 18h : C'est l'heure de la descente du travail. Durant le trajet retour, ils sont sur facebook.
- Après 21h : A cette heure, les concurrents ne publient plus, or les gens sont sur facebook pour savoir ce qui se passe avant de dormir.

En suivant ces horaires, vous augmentez vos chances d'atteindre plus de gens.

Pour finir, publier à outrance vous permettra de vous démarquer de la concurrence.

Si vous vendez un produit qui est vendu par beaucoup d'autres personnes au même prix, publiez à outrance est votre échappatoire.

Lorsque le client voudra acheter ce produit, il ira chez le vendeur qu'il voit le plus.

Et qui est ce vendeur ? C'est celui qui publie le plus.

Vos concurrents publient 3 fois dans la journée, vous n'arriverez à rien si vous faites comme eux.

Vous devez les dominer. Ils publient 3 fois, vous publiez 10 fois.

Ils arrêtent de publier à 18h, vous publiez jusqu'à Minuit.

Dominer Facebook.

Soyez présent partout et dans l'esprit de tous. Parlez constamment de vos produits et vous multiplierez vos ventes.



# **DES VISUELS POUR ACCOMPAGNER VOS PUBLICATIONS DE VENTE**

Pour vendre sur Facebook, vous devez présenter visuellement vos produits.

Vous devez accompagner vos publications de vente par des visuels mettant en avant vos produits ou services.

Nous allons supposer que vous vendez des parfums. Vous devez avoir des photos de ces parfums.

Si vous vendez quelque chose d'immatériel, comme une formation par exemple, vous devez trouver une image qui illustre la formation (une salle de classe par exemple).

Dans tous les cas de figures, vous devez avoir des visuels beaux et attrayants.

Où trouver des images ?

Vous allez sur le site [www.google.fr](http://www.google.fr), vous recherchez ce qui vous intéresse, et vous cliquez sur l'onglet « image » et vous aurez des centaines d'images à utiliser gratuitement.

Que mettre sur vos visuels ?

3 choses essentiellement :

1- une image attractive

2- une accroche

3- un message qui pousse à l'action

## **L'image**

L'image a pour but d'attirer l'attention des gens. Plus elle est belle, mieux c'est.

Il est préférable d'avoir des images de grande taille, pour que le rendu soit excellent.

## **L'accroche**

L'accroche est une courte phrase ou une question dont le but est de susciter l'intérêt de celui qui la voit. C'est la première partie de votre message de vente.

Comment avoir une bonne accroche ? C'est simple. Regardez les titres des journaux. Ceux qui vous attirent sont d'excellents modèles que vous pouvez exploiter.

Une bonne accroche suscite la curiosité et l'envie d'en savoir plus.

### **Le message qui pousse à l'action (MPA en abrégé)**

Vous devez indiquer clairement à la personne qui lit votre visuel ce qu'elle doit faire. C'est l'équivalent de la dernière partie de votre message de vente :

- Appeler un numéro
- Cliquer sur un lien
- Cliquer sur J'aime
- Etc.

Attention !

Je vous recommande d'avoir un seul message par visuel, et de demander une seule action. Plus vous en demanderez, plus le lecteur sera confus, et moins il agira.

Pour ne pas le paralyser, demandez une seule chose, soyez direct et précis.

Vous devez également utiliser le mot « maintenant » pour que le lecteur agisse immédiatement.



A quoi doit ressembler le visuel ?

Voici quelques exemples de visuels efficaces.

## Modèle 1



## Exemple modèle 1

**Comment ne plus vendre à crédit?**



Commandez  
**maintenant**  
vos exemplaires  
pour connaître la  
technique

~~24.000F~~

**17.500F**

## Modèle 2



### Exemple modèle 2

**Comment ne plus vendre à crédit?**



**Commandez maintenant vos exemplaires  
pour connaître la technique**

Vous devez réaliser autant de visuels que vous avez de produits. Si vous avez un peu de temps, vous devez faire plusieurs variations pour le même produit, en testant différentes images, différentes accroches, différents messages qui poussent à l'action (MPA).

Si vous avez les moyens, je vous recommande de faire concevoir vos visuels par un professionnel.

Plus vos visuels seront professionnels, plus ils attireront les regards des clients sur Facebook.



# **PUBLIEZ VOS MESSAGES DE VENTE DANS LES GROUPE DE VENTE**

Les groupes de ventes sont créés juste pour vendre. Il y a des centaines de groupes sur facebook dont l'unique objet est de vous permettre de vendre vos produits/services.

Vous devez demander à les intégrer, et y publier à outrance vos messages de vente.

Voici une liste non exhaustive de groupes que vous devez intégrer pour vendre vos solutions.

Le chiffre entre parenthèses est le nombre de membres dans ces groupes. Ces chiffres sont à titre indicatif, et auront certainement progressés au moment où vous lirez ce livre.

- Zoom-market.net (719 863)
- Jour du marché (291 079)
- Shopping prix cassé (363 364)
- Les reines du shopping (648 426)
- Shopping (385 445)
- Tout pour zafro (130 849)
- Cocovico by KIKA (312 575)

- Rue des affaires : vente – achat – échanges (256 047)
- Marche des bonnes affaires (205 922)
- Djassa business center (98 811)
- J'achète et je vends (228 406)
- Top affaires (133 602)
- Shopping bas prix (265 632)

On pourrait continuer cette liste encore longtemps, mais le but était de vous montrer que vous avez des espaces qui n'attendent que vous.

Comment fonctionnent les groupes de vente ?

Les groupes de vente sont généralement ouverts, et l'entrée est libre.

Tout le monde a le droit de poster ce qu'il veut :

- Texte
- Photo
- Vidéo
- Lien internet

La dernière personne à poster quelque chose occupe la 1<sup>ère</sup> place, tout en haut du fil d'actualité du groupe. Cette position est la plus vue sur le groupe.

De ce fait, tout le monde se « bat » pour occuper cette position. Vous pouvez poster votre visuel et 2 minutes plus tard, il peut se retrouver tout en fait en bas avec 100 autres annonces au-dessus.

Comment rester en haut du fil du groupe ?

Vous avez 2 possibilités

1/ Demander à l'administrateur du groupe « d'ancrer » votre publication. Il peut le faire gratuitement, ou exiger un paiement.

2/ Remonter dans le fil en ajoutant un commentaire.

Cette solution est gratuite. Chaque fois que vous ajoutez un commentaire à votre annonce, elle remonte en 1<sup>ère</sup> position (ou en 2<sup>e</sup> position s'il y a une publication ancrée).

Votre commentaire peut être n'importe quoi, même juste un point (.)



Ajoutez des commentaires toutes les 2 minutes peut être fatigant, mais c'est soit ça, soit payer pour que l'administrateur ancre votre publication.

Publiez à outrance dans le maximum de groupes vous permettra en quelques clics de vous rendre visible auprès de millions de personnes.

Lorsque vous commencerez à publier à outrance dans les groupes de vente, il pourrait arriver que facebook trouve votre activité suspecte et bloque momentanément votre compte.

Ne vous alarmez pas, ça ne dure qu'un temps. Vous devez juste changer votre mot de passe et recommencer à publier.

Néanmoins, de rare fois, changer de mot de passe ne suffit pas. Vous devez attendre 24h avant de retrouver votre compte.

Il y a deux solutions pour contourner cette mesure de facebook.

1- Evitez de publier dans plus de 10 groupes en une seule fois.

Faites des publications dans 10 groupes maximum et laissez 5 minutes au moins avant de publier dans 10 autres groupes et ainsi de suite.

2- Ayez un deuxième profil

Dès que le premier profil est bloqué, vous utilisez le deuxième pour continuer à publier.

Le chiffre 1 est un ennemi de l'entrepreneur.

1 fournisseur

1 produit

1 client

1 profil

Etc.

Evitez d'être dépendant au risque de voir votre business être paralysé.

Si vous n'avez jamais été bloqué par Facebook, c'est que vous ne publiez pas suffisamment.

Etre bloqué par facebook doit être votre indicateur.

**SOYEZ REACTIF !**

Un secret du succès sur Facebook est la réactivité. Vous devez être attentifs à vos notifications.

Chaque fois que quelqu'un commente une de vos publications, allez lire ce commentaire, et répondez-y.

Si le commentaire est positif, aimez-le et dites « merci ». Si cette personne ne fait pas encore partie de vos amis, envoyez-lui une demande.

Vous pouvez aussi continuer à échanger en « inbox ». Ajoutez systématiquement chaque personne qui aime ou commente vos publications.

Si le commentaire est négatif, ne réagissez pas négativement, n'insultez jamais, ne supprimez pas ce commentaire. Au contraire, apportez une réponse simple et gentille, sans nervosité ni agressivité.

Si la personne réagit positivement, envoyez-lui une demande d'ami.

Si la personne réagit négativement, restez silencieux et passez à autre chose.

Répondez rapidement et gentiment à toute question et réaction, et aimez systématiquement tous les commentaires positifs.

Aussi, vous devez préparer un message de vente avec tous les détails de votre offre que vous garderez dans votre bloc note.

Lorsqu'une personne « likera » votre publication, après lui avoir envoyé une demande d'ami s'il n'était pas votre ami, envoyé lui « inbox » votre message de vente déjà préparé.

A toutes les personnes qui « likeront », « adoreront » et feront un commentaire positif, vous devez envoyer « inbox » votre message de vente.

### **Exemple de message pour la vente d'un livre qui parle de vendre sur facebook**

« Bonjour, comment tu vas ?

J'ai vu que tu as apprécié ma publication sur la vente sur facebook.

Je me suis dit que tu serais intéressé par mon dernier livre

« Guide ultime de la vente sur facebook »

Si tu es un vendeur sur Facebook, ce livre t'aidera à multiplier tes ventes rapidement.

Il coûte normalement 20.000F. Mais si tu le prends aujourd'hui, tu l'auras à 15.000F.

Et la livraison est gratuite partout à Abidjan.

Alors ou est ce qu'on te livre ? »

Vous devez envoyer ce type de message à tous ceux réagiront à vos publications sur votre profil et dans les groupes de vente.

Après ce message, vous pourrez commencer à discuter avec le client et avoir plus de chance de le convaincre d'acheter.

# **VARIEZ LE TYPE DE PUBLICATION**

Facebook permet d'utiliser plusieurs types de publications. Il n'y a pas que les textes associés à des visuels qui font vendre.

Vous avez la possibilité d'utiliser d'autres types comme les vidéos live, des audios live, des vidéos préenregistrées, etc.

Pourquoi vous devez varier le type de publication ?

Vous devez varier le type de publication parce que les préférences des gens sur facebook sont diverses.

Certaines personnes aiment plus regarder des vidéos que lire des textes. Alors si vous ne publiez que du texte, vous n'aurez jamais leur attention.

Certains aiment plutôt les vidéos lives. Si vous ne faites jamais de vidéos live ils ne sauront jamais ce que vous proposez.

Pour multiplier vos ventes, vous devez multiplier les types de publications que vous faites pour toucher beaucoup plus de personnes.



Avec votre smartphone, enregistrez-vous en train de parler de votre produit ou service.

Le message de vente que vous publiez en format texte, vous pouvez le dire en vous filmant.

Cela permettra d'ajouter plus de vie au message.

Mixez texte et vidéo.

Vous pourrez être mal à l'aise devant la caméra de votre téléphone. C'est normal si vous n'êtes pas habitué.

Avec la pratique, vous serez de plus en plus à l'aise.

La vidéo n'a pas besoin d'être parfaite. Il faut juste que le message passe.



**FAITES CONSTAMMENT  
DES PROMOS**

Vous aimez quand les entreprises font des promos et que vous pouvez en profiter en tant que client.

Vous adorez ça. On adore tous les entreprises qui sont toujours en promo.

Si vous voulez multiplier vos ventes sur facebook, vous devez être constamment en promo.

Du 1<sup>er</sup> au 31 vous devez être en promo. Pas la même promo mais vous devez enchaîner différentes promos.

Qu'est-ce qu'une promo ?

Une promo c'est prendre un prix, le barrer et mettre un autre prix. C'est tout !

Par exemple vous vendez des chaussures qui coutent normalement 15.000F.

Une promo pourrait être :

« Promo exceptionnelle du 1<sup>er</sup> au 7 avril. Chaussure à 15.000F au lieu de ~~20.000F~~ »

Est-ce que c'est le même prix ? Oui !

Est-ce que les clients retiennent les prix ? Non !

Une autre promo avec les mêmes chaussures pourrait être :

« Promo exceptionnelle du 8 au 10 avril. Chaussure 18.000F au lieu de ~~25.000F~~. 2 paires de chaussettes offertes »

Etre constamment en promo vous permettra de rester dans l'esprit des gens et quand ils voudront acheter, c'est vers vous qu'ils se tourneront.



# **PUBLIEZ DES TEMOIGNAGES**

Un excellent moyen d'attirer beaucoup de clients et de multiplier vos ventes sur facebook, c'est de partager les témoignages et retours d'expérience de vos clients satisfaits.

Pourquoi vous devez partager les témoignages et retours d'expérience ?

A cause de la preuve sociale.

Lorsqu'on voit un certain nombre de personne faire une chose, on se dit naturellement qu'il y a forcément une bonne raison qui les pousse à faire cette chose et du coup nous aussi nous la faisons.

En voyant les témoignages de vos clients, les clients qui sont encore hésitants auront le courage de se jeter à l'eau et acheter votre produit.

Voir d'autres personnes acheter les rassurera.

Comment procéder pour avoir les témoignages ?

Vous avez plusieurs options.



Les captures d'écran : Vous avez vendu votre produit à quelqu'un. Quelques jours après vous le contactez « inbox » pour avoir son retour d'expérience.

Vous devez lui poser des questions pour avoir son appréciation après utilisation de votre produit.

Vous faites une capture d'écran de la conversation et en prenant bien de soin de masquer son nom, vous publiez la capture d'écran qui montre le retour d'expérience du client.

Les photos : Après achat vous demandez au client de prendre une photo de lui avec le produit qu'il a acheté et de vous l'envoie.

Certains clients pourraient refuser parce qu'ils ne veulent pas être vus. Ce n'est pas grave. N'insistez pas, dites que vous les comprenez et remerciez-les.

Les vidéos : Tout comme les photos, vous pouvez demander au client d'enregistrer une vidéo de lui durant laquelle il est avec le produit ou alors il fait son retour d'expérience après utilisation.

Les vidéos sont très efficaces mais le nombre de clients prêt à s'enregistrer est faible.

Les textes : Vous envoyez un questionnaire au client pour recueillir son témoignage. Avec ses réponses aux questions, vous rédigez un témoignage en y ajoutant les connecteurs logiques et autres.

Il serait encore plus efficace de publier le témoignage rédigé avec une photo du client (idéalement avec le produit)

Publiez ces témoignages partout, sur votre profil et dans les groupes en ajoutant à la fin votre offre irrésistible et l'action à poser pour commander.

Il y a un adage qui dit : « Témoignage appelle témoignage »

Publiez des témoignages de clients satisfaits et vous multiplierez vos ventes.

**30% sur la page**



# **QUE PUBLIER SUR VOTRE PAGE ?**

Comme dit au début du livre, la page est un autre outil conçu par facebook pour aider les business et entreprises à se faire connaître et vendre leurs produits.

Avec une page, vous donnez une image plus professionnelle et structurée de votre business.

Sur votre page c'est votre business, entreprise ou marque qui parle et pas vous.

De ce fait, vous ne devez pas faire de publication en rapport avec votre vie privée pour bâtir la relation comme c'était le cas pour votre profil.

Les publications sur votre page ne doivent avoir que 2 objectifs :

- 1- Démontrer et montrer votre expertise
- 2- Vendre vos produits et services

Certaines de vos publications sur votre profil ont ces mêmes objectifs alors vous n'avez pas besoin d'écrire de nouvelles publications.

Lorsque vous faites une publication sur votre profil pour démontrer votre expertise, vous devez faire la même publication sur votre page.

Lorsque vous faites une publication sur votre profil pour vendre vos produits ou services, vous devez faire la même publication sur votre page.

Vous gagnez du temps et vous êtes plus efficace.

Cependant, vous devez apporter quelques petites modifications avant de publier.

Vous devez modifier les pronoms utilisés.

Sur votre profil vous avez l'habitude d'utiliser les pronoms « je » et « moi » pour parler de vous.

Sur votre page vous devez remplacer ces pronoms par « nous ».

Pourquoi cela ?

Parce que les pronoms « je » et « moi » rendent le texte très personnel. Or, sur votre page, ce n'est pas cette image que vous devez donner.

Sur votre page, c'est votre entreprise qui parle, ce n'est pas une personne, ce n'est pas vous.

Au-delà des publications pour démontrer votre expertise et pour vendre vos produits, vous avez le droit de faire toutes publications en rapport avec votre business.

Vous pouvez publier :

- Les nouvelles variantes de votre produit
- Les témoignages clients
- Les informations sur votre fonctionnement
- Etc.

Votre page doit être le canal par lequel on peut tout savoir sur votre business.

Une dernière chose, sur votre page vous avez la possibilité de programmer vos publications.



Vous pouvez écrire une publication et décider quelle soit en ligne à une date et heure future.

Cette option est bénéfique parce qu'elle vous fait gagner du temps.

Vous pouvez programmer toutes vos publications qui doivent se faire sur une semaine en une seule journée et être libéré.

Après avoir programmé, vous n'aurez qu'à venir regarder les commentaires et likes pour réagir.

Comment programmer vos publications sur votre page ?

- 1- Vous allez sur votre page et vous écrivez votre publication
- 2- Vous cliquez sur le bouton « publiez »
- 3- L'option « Quelle sera la date de diffusion ? » apparaîtra, cliquez dessus
- 4- Choisissez la date et l'heure et validez.

Vous avez la possibilité de faire des modifications plus tard.

Vous pouvez modifier le contenu de la publication, la date et l'heure au cas où il y a des changements.

# **COMMENT AUGMENTER NATURELLEMENT LE NOMBRE D'ABONNES DE VOTRE PAGE ?**

Pour augmenter le nombre d'abonnés sur votre page, l'erreur à ne pas commettre c'est de payer de la publicité.

Pourquoi vous ne devez pas payer de la publicité pour avoir des abonnés ?

Simplement parce que les personnes que facebook vous apportera ne seront aucunement intéressées par ce que vous proposez.

Ils ne vous apporteront pas de likes de qualité, c'est-à-dire qu'il ne s'agira pas forcément de personnes qui sont intéressées par vos produits et qui veulent en savoir plus.

Alors pour avoir des abonnés de qualité sur votre page, voici comment vous devez procéder :

1- Faire des publications de qualité avec les publications qui montrent et démontrent votre expertise

2- Inviter vos amis à s'abonner à votre page

3- Partager régulièrement des publications de votre page sur votre profil en demandant à vos amis de s'abonner à la page

4- Partager régulièrement des publications de votre page dans les groupes de ventes en demandant aux gens de s'abonner à la page

5- Demander à vos abonnés d'inviter leurs amis qui seraient intéressés par la page et vos produits.



# **QUAND ET COMMENT SPONSORISER VOS PUBLICATIONS ?**

La page facebook a un avantage par rapport au profil.

Avec une page, vous avez la possibilité de payer de la publicité pour augmenter votre visibilité et toucher beaucoup plus de personnes.

Pouvoir sponsoriser les publications est une excellente option offerte par facebook, si et seulement si on sait quand l'utiliser et comment bien l'utiliser.

### Quand sponsoriser vos publications ?

Vous ne devez sponsoriser une publication que lorsque celle-ci atteint naturellement l'objectif. C'est-à-dire que vous ne devez sponsoriser une publication que si celle-ci attire déjà assez bien des clients.

Par exemple, vous avez effectué une publication sur votre profil, sur votre page et dans les groupes. Et cette publication vous rapporte rapidement une vingtaine de clients, ce qui est supérieur à votre moyenne habituelle.

Les résultats de cette publication sont naturellement assez bons (sans sponsoring).



Vous pouvez alors la sponsoriser pour qu'elle touche plus de personnes et vous rapporte beaucoup de clients.

On ne fait pas de sponsoring pour augmenter le nombre d'abonnés d'une page. Un grand nombre d'abonnés ne garantit en rien les ventes.

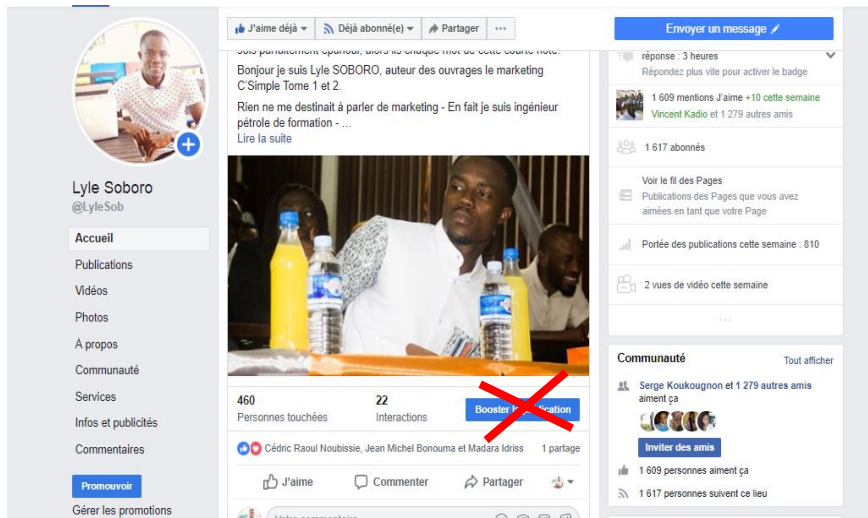
On ne fait pas de sponsoring pour obtenir des likes.

On ne fait pas de sponsoring quand on n'a aucune garantie du pouvoir de conversion d'une publication.

Évitez de sponsoriser à tout moment vos publications sinon c'est de l'argent que vous donnez à facebook gratuitement.

Comment sponsoriser efficacement vos publications ?

La première des choses à savoir c'est que vous ne devez jamais booster vos publications.



Vous ne devez jamais booster vos publications pour 5 raisons :

1- Lorsque vous boostez vos publications, vous êtes facturés en CPM (Coup Pour Milles). C'est-à-dire que Facebook vous réclame de l'argent toutes les fois que quelqu'un voit votre publicité.

Que ces derniers commandent ou pas, tant qu'ils voient vous êtes facturés.

Et ceci n'est en rien bénéfique.

2- En plus d'être facturé en CPM, vous n'avez aucun moyen de définir combien vous voulez payer par vues.

Vous dépenserez sans vraiment avoir le contrôle

3- Vous n'avez pas de contrôle sur le type d'appareil sur lesquels vos publicités apparaîtront.

Même si vos clients sont uniquement des jeunes qui ne se connectent que sur smartphone, en boostant, votre publication peut apparaître chez un utilisateur qui ne se connecte que sur ordinateur.

Vous aurez dépensé de l'argent pour toucher des personnes qui n'achèteront pas vos produits.

4- En boostant vos publications, vous ne contrôlez pas le réseau de diffusion.

Facebook diffusera votre publicité partout. Sur Instagram, dans leur réseau de sites partenaires, même si vous n'avez pas de clients dans ces endroits.

5- Facebook vous recommande de booster vos publications parce que c'est ainsi qu'ils gagnent

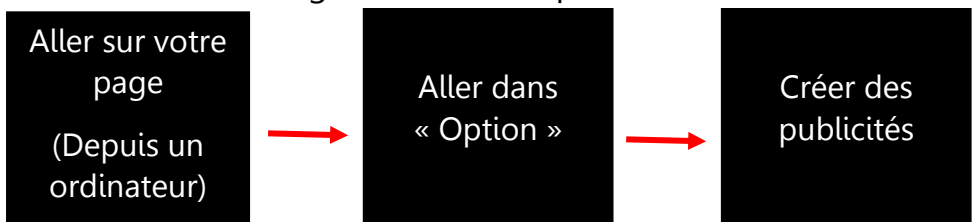
beaucoup d'argent. Booster vos publications est coûteux pour très peu de résultat.

Alors, pour ces 5 raisons, je recommande de ne pas booster vos publications mais plutôt d'utiliser **le gestionnaire de publicités**.

Le Gestionnaire de publicités est un outil Facebook qui permet de créer et de gérer vos publicités Facebook. Vous pouvez :

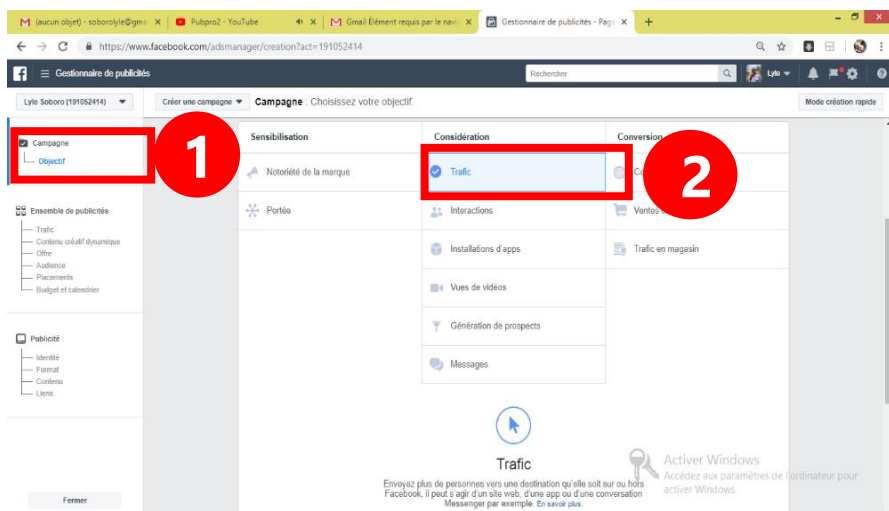
- créer et diffuser vos publicités ;
- cibler les personnes qui comptent pour vous avec vos publicités ;
- établir votre budget
- suivre les performances de vos publicités ;
- voir votre récapitulatif de facturation, votre historique de paiements et les informations relatives à la méthode de paiement.

Pour accéder au gestionnaire de publicité vous devez :

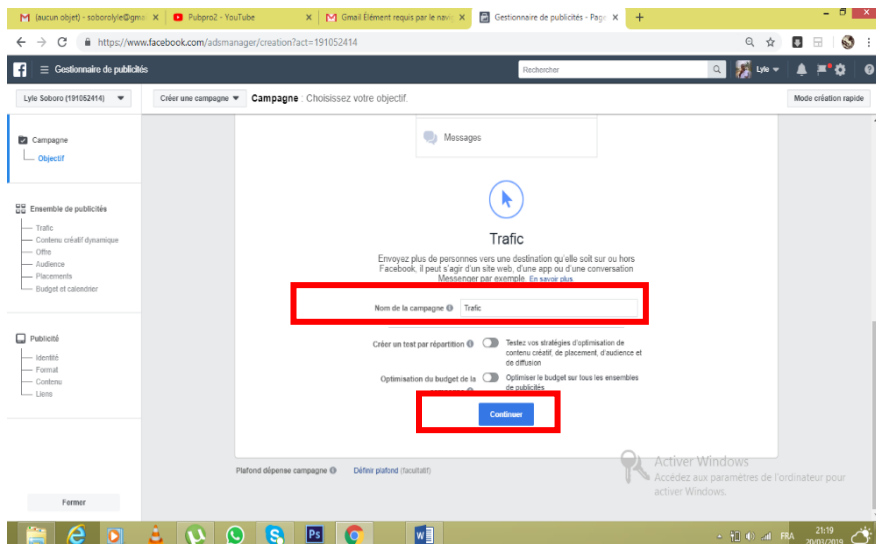




Une fois que vous êtes dans le gestionnaire de publicités, vous devez sélectionner l'objectif « **trafic** »



Après avoir cliqué sur l'objectif « **trafic** » vous devez donner un nom à votre campagne de publicité et ensuite cliquer sur « **continuer** »



Lorsque vous cliquez sur continuer, Facebook vous demandera de bien définir votre cible.

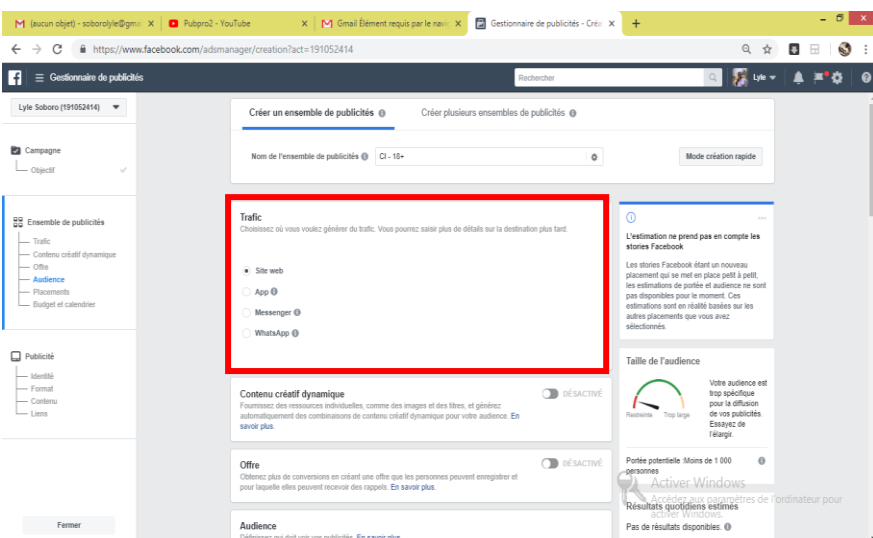
Bien définir votre cible revient à définir 3 éléments principaux :

- L'audience
- Le placement
- Le trafic

**L'audience** c'est l'ensemble des personnes qui seront touchées par votre publicité.

**Le placement** c'est l'ensemble des sites sur lesquels sera diffusée la publicité.

**Le trafic** c'est là où vous voulez rediriger le trafic.



Dans l'onglet du trafic, vous devez choisir l'endroit où vous voulez que le client soit redirigé lorsqu'il cliquera sur votre publicité.

Par défaut, il vous faut le lien d'un site web ou le lien d'un formulaire de commande vous aurez fait avec Google form ou Wufoo par exemple.

En plus du lien du site web, vous avez la possibilité d'ajouter d'autres options :

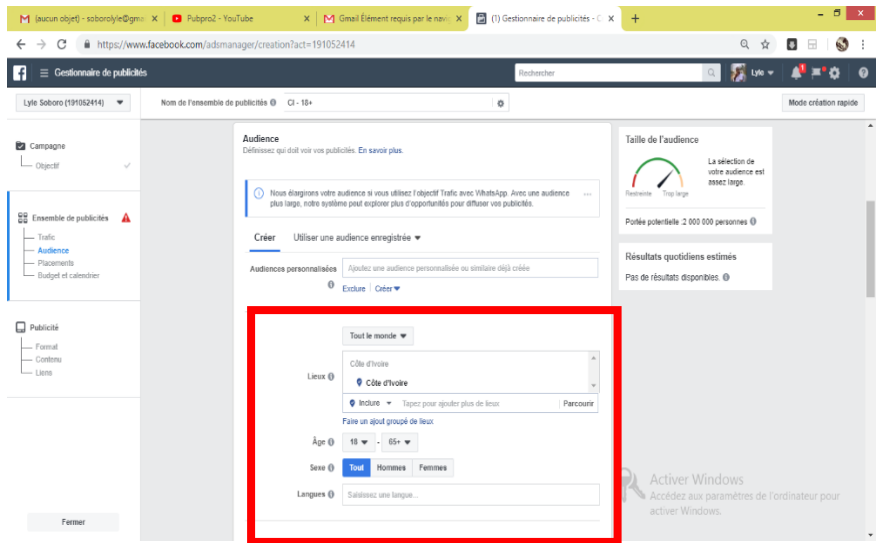
- WhatsApp (Lorsqu'une personne clique sur votre publicité, une conversation avec votre entreprise s'ouvre dans WhatsApp. Votre publicité est montrée aux personnes plus susceptibles d'ouvrir WhatsApp.)
- Messenger (Lorsqu'une personne clique sur votre publicité, une conversation Messenger avec votre entreprise est entamée. Votre pub sera diffusée auprès des personnes les plus susceptibles d'ouvrir Messenger.)

Après le trafic, vous devez paramétrer l'audience.

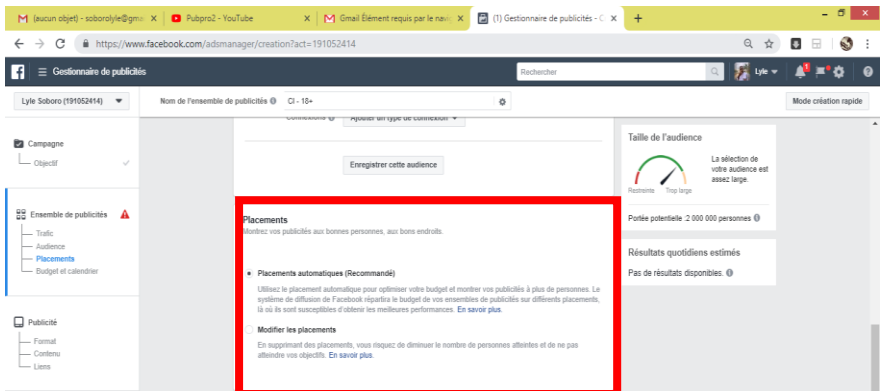
Vous devez définir :

- La localisation de ceux que vous voulez toucher
- Leur tranche d'âge
- Leur langue
- Leur sexe





Après l'audience, vous devez paramétrer le placement.



Dans cette partie, vous devez cliquer sur modifier l'emplacement.

Vous pourrez sélectionner pour chaque canal de diffusion (Facebook, sites partenaires, Instagram) l'emplacement de diffusion de la publicité.

Je vous recommande de décocher Instagram et les sites partenaires pour ne pas avoir à trop dépenser.

Après cette étape, vous devez définir le budget que vous dépenserez pour la publicité.

Mais avant de le définir, il y a 2 notions que vous devez connaître et comprendre : CPM et CPC.

Ce sont les deux modes de facturations appliqués par Facebook.

### **CPM : Coût Pour Mille vues**

Avec ce mode, facebook vous facturera chaque fois que 1000 personnes verront votre publicité. Le CPM est utile lorsqu'on a pour objectif de faire voir notre produit. Faire voir uniquement.

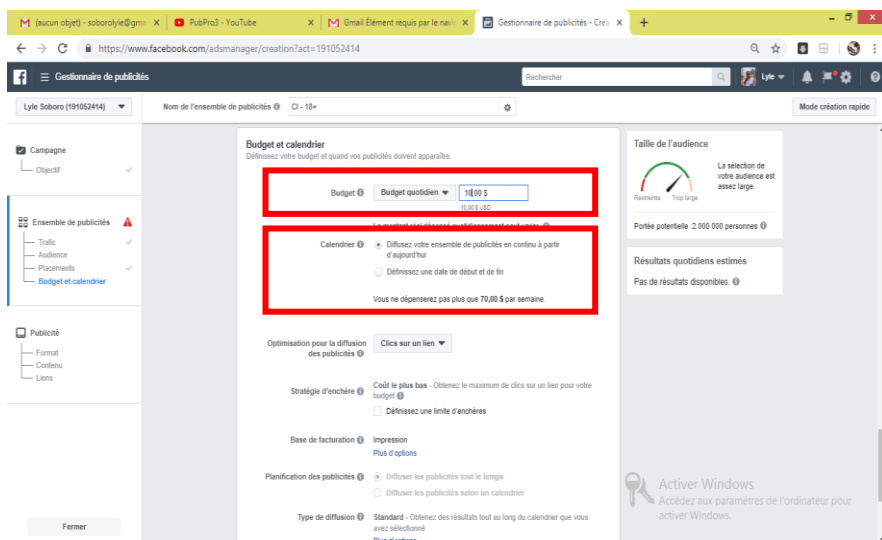
### **CPC : Coût Par Clics**

Avec ce mode, vous n'êtes facturés que lorsque quelqu'un clic sur votre publicité.

Tant que les gens voient votre annonce mais ne réagissent pas, ne cliquent pas, vous n'êtes pas facturés.

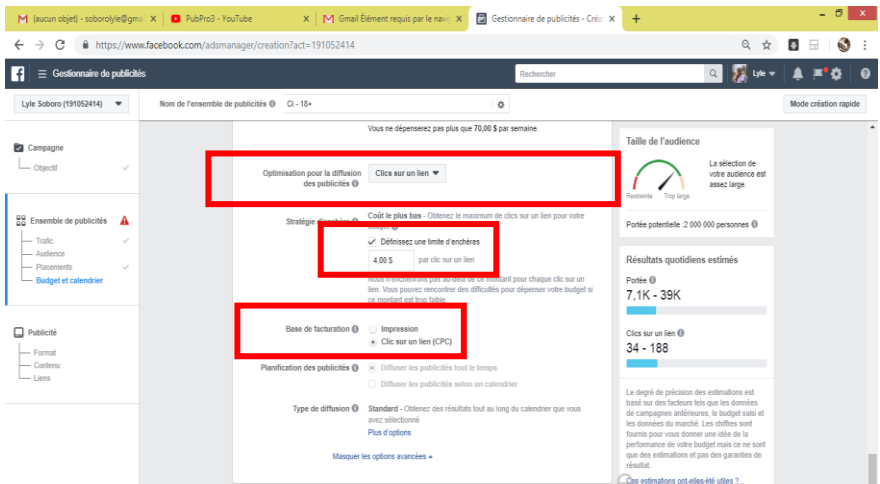
Alors que dans le CPM, du moment où les gens voient votre publicité, qu'ils cliquent ou pas, vous êtes facturés.

Pour moins dépenser et avoir plus de résultats, je vous recommande le CPC.



Commencez par un budget de 10 dollars (environ 5000F CFA).

Ensuite, au niveau du calendrier, cochez le bouton « Diffuser votre publicité à partir d'aujourd'hui » pour que votre publicité démarre instantanément.



Au niveau de l'optimisation pour la diffusion des publicités, assurez-vous d'avoir sélectionné Clics sur un lien.

Ensuite, dans la case stratégie d'enchère, cochez définissez une limite d'enchère.

Et juste en dessous, mettez 0,1 dollars. Ça veut dire que toutes les fois que quelqu'un clique sur votre publication vous paierez 0,1 dollars.

Pour épuiser votre budget de 10 dollars définis plus haut il faudrait qu'il y ait 100 clics sur votre publicité.

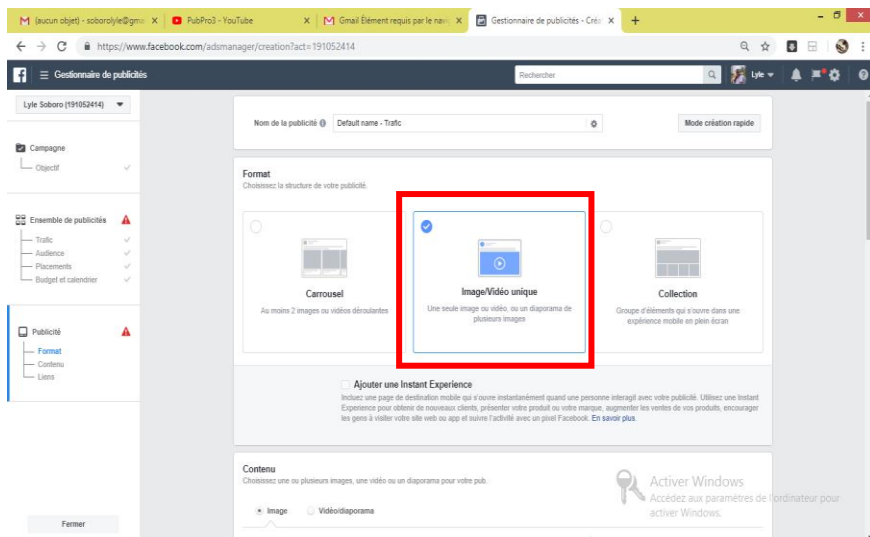
Ensuite, vérifiez que c'est bien CPC qui est coché. Si ce n'est pas le cas, cochez CPC.

Après tout ça, vous devez vérifier les paramètres que vous avez rentrés. Si tout est ok, vous pouvez cliquer sur continuer.

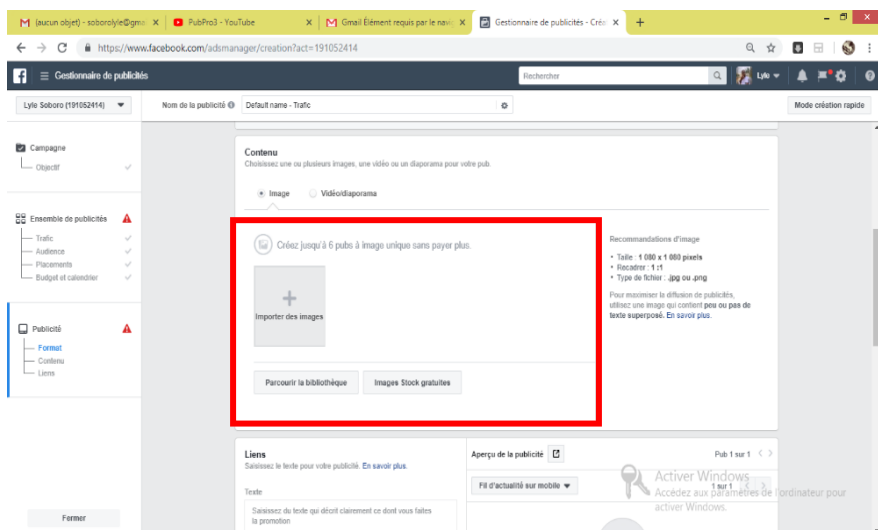
Après cette étape, vous devez maintenant configurer votre annonce. Pour configurer votre annonce, il y a 5 éléments indispensables :

- 1- L'image (votre visuel)
- 2- La page que vous utilisez
- 3- Le lien sur lequel les clients doivent cliquer pour commander
- 4- Le titre de votre annonce
- 5- Le message de vente

Après avoir cliqué sur continuer, vous arrivez sur la page suivante :



Sur cette page, vous devez sélectionner image/vidéo unique.



Ensuite, vous importez votre visuel que vous avez conçu pour accompagner votre message de vente.

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The 'Liens' (Links) section is highlighted with a red box. It contains the following fields:

- Texte**: A text area for the link text, with a placeholder: "Saisissez du texte qui décrit clairement ce dont vous faites la promotion".
- Titre**: A text area for the link title, with a placeholder: "Diriger sur WhatsApp".
- Description du lien (fil d'actualité)**: A text area for the link description, with a placeholder: "Veuillez sélectionner un média pour votre publicité".
- Paramètres de l'URL (outil)**: A text area for the URL parameters, with a placeholder: "Ex : key=valorilley?=&value2".
- Générer un paramètre d'URL**: A button to generate a URL parameter.
- Suivi des conversions**: A section for selecting conversion options, with a placeholder: "Sélectionnez une ou plusieurs options pour le suivi des conversions. Les résultats seront visibles dans le Gestionnaire de publicités avec les données relatives aux performances de vos pubs".

Dans cette partie, vous devez rentrer :

- Votre titre (la phrase d'accroche pour attirer l'attention)
- Votre message de vente
- Le lien de votre formulaire de commande (Annexe 2)

Lorsque vous avez fini tout ceci, vous validez les informations et facebook se chargera d'approuver votre publicité et de la diffuser.

Suivez ces étapes et vous multiplierez vos ventes tout en dépensant de façon efficiente.



# **Votre processus de vente**



# **FACILITER LA VIE AUX CLIENTS**

Aujourd'hui, les vendeurs sur facebook utilisent plusieurs processus de vente.

Certains procèdent comme suit :

- Ils vont sur facebook, ils publient leur message de vente sur leur profil, page et groupe
- Le client qui voit la publication et est intéressé appelle donc le vendeur.
- La négociation se fait au téléphone.
- Et s'ils tombent d'accord, la livraison est effectuée.

Ce processus de vente fonctionne mais il a quelques points faibles.

Tout d'abord, le client qui est intéressé par le produit doit appeler le vendeur. Il doit donc utiliser ses propres unités. Et ceci coûte de l'argent. Les clients n'aiment pas trop cette option.

Ensuite, la négociation se fait au téléphone. c'est encore le client qui supporte ces frais dans ses unités téléphoniques.

Ceux qui utilisent ce processus de vente ont de moins en moins de résultats efficaces parce que les clients n'aiment pas dépenser leur argent pour appeler un vendeur à qui ils donneront encore de l'argent.

D'autres vendeurs conscients de ces limites ont décidé de changer de processus de vente.

Voici ce qu'ils font :

- Ils publient leur message de vente sur leur profil, page et groupe
- Et ils demandent aux clients intéressés de soit commenter « intéressé » pour qu'ensuite ils les contactent inbox, soit de leur écrire inbox directement, soit de leur envoyer un message sur WhatsApp
- La négociation se fait donc inbox sur facebook ou sur WhatsApp.
- Et s'ils tombent d'accord, la livraison est effectuée.

Ce processus de vente a l'avantage que le client ne consomme que son volume internet. Et la négociation se

faisant encore inbox, le client ne consomme que son volume internet.

Les coûts sont donc moins élevés que s'ils devaient appeler le vendeur avec leurs unités téléphoniques.

Ceux qui utilisent ce processus de vente réalisent un peu plus de vente que les utilisateurs du premiers processus présenté.

Et pour finir il y a ceux qui sont supers forts. Ils :

- Publient leur message de vente
- Demandent au client intéressé de cliquer sur un lien et remplir un formulaire de commande.
- Récupèrent eux-mêmes, grâce au formulaire de commande, le numéro de téléphone du client et l'appellent pour la négociation.
- effectuent ensuite la livraison.

Les clients adorent ce processus parce que remplir un formulaire, ça ne prend que le volume internet et c'est moins long.

Ensuite, ils n'ont pas à négocier inbox ou à appeler donc leur crédit de communication et leur volume internet ne sont pas touchés.

Ceux qui utilisent cette façon de faire réalisent beaucoup plus de ventes que les autres.

Toutefois, dans certains contextes, le deuxième processus est plus adapté. Notamment quand vous vendez plusieurs et différents articles.

Exemple : des chaussures, des vêtements.

Ainsi, en fonction de vos produits, choisissez entre le deuxième et troisième processus de vente mais jamais le premier.

Retenez que plus le processus de vente est long et demande au client de fournir des efforts, moins vous réaliserez des ventes.

Pourquoi ? Parce que le processus sera contraignant pour le client et plusieurs choses le décourageront en cours de route.

En Annexe 2 vous verrez comment concevoir un formulaire de commande.



# **PERSISTANCE ET CONSTANCE**

Il y a une règle en publicité qui dit que le client doit voir une annonce au moins 7 fois avant de décider d'acheter.

Vous ne devez donc pas publier votre annonce une seule fois et espérer attirer des centaines de clients.

Vous devez être constamment en train de faire des publications.

Faire des publications sur votre page, votre profil dans les groupes.

Répondre aux commentaires.

Envoyer des demandes d'amis.

Partager des témoignages.

Donner des conseils.

Etc.

Vous devez être présent constamment pour rester dans l'esprit des gens.

N'abandonnez pas tant que vous n'obteniez pas le succès.  
Vous devez rester constant dans votre communication.

Faites plusieurs versions de votre annonce, jusqu'à tomber sur celle qui plait aux clients, et sur laquelle vous avez le plus de likes.

Sur Facebook, **la persistance** et **la constance** sont les 2 facteurs du succès.

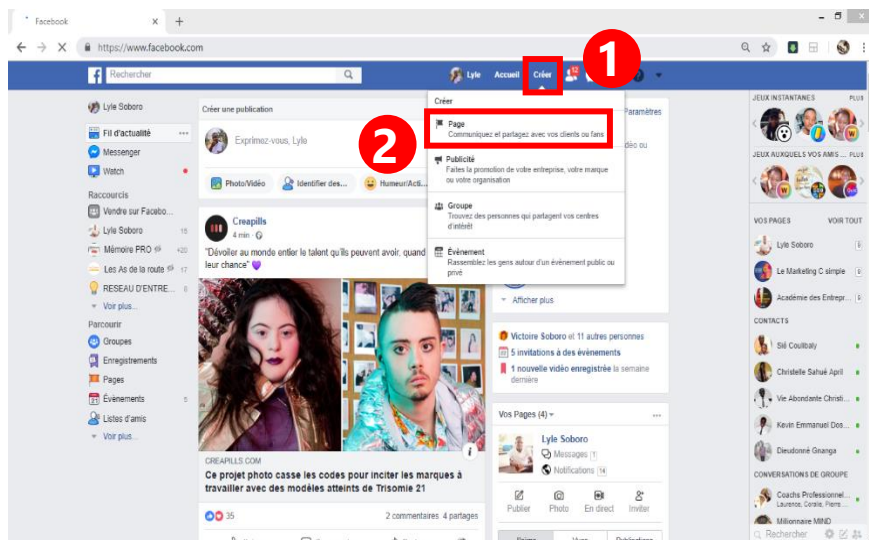
Ne baissez pas les bras, et vous ferez partie du cercle restreint de ceux qui retirent des millions de francs CFA chaque mois de Facebook.



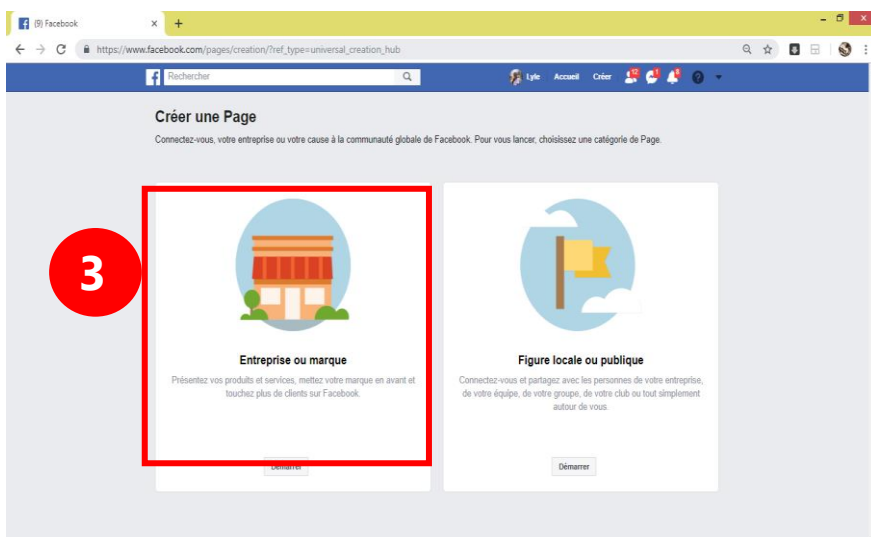
# **Annexes**

# ANNEXE 1 : Comment créer une page facebook ?

Créer une page est simple et rapide.

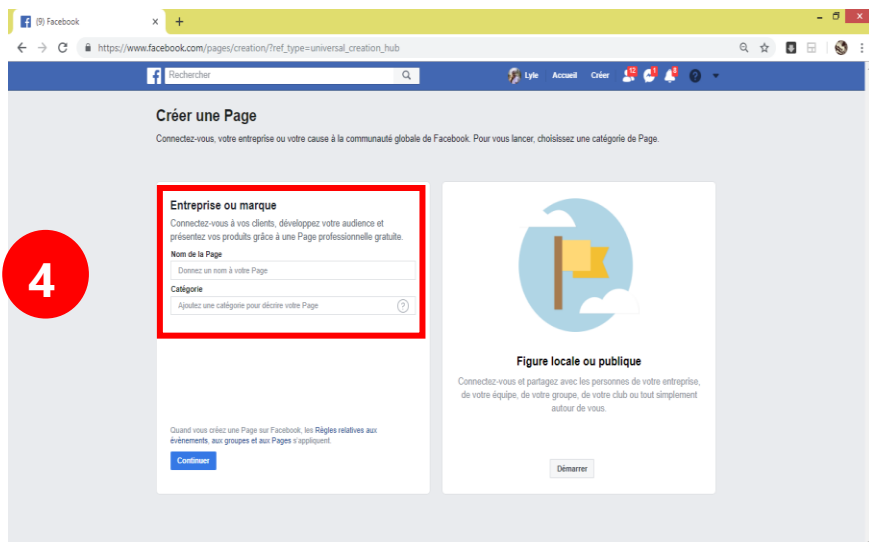


Créer ==> Page ==> Entreprise ou marque



Ensuite vous entrez le nom de votre page. Ce nom peut être celui de votre entreprise ou de votre marque.

Après le nom, vous devez choisir la catégorie dans laquelle se situe votre business.



Après cette étape, vous devez télécharger une photo de profil et une photo de couverture.

Pour la photo de profil, vous pouvez mettre votre logo si vous en avez ou une photo de votre produit principal.

Si vous vendez des chaussures vous pouvez mettre la photo d'une belle paire de chaussure.

En photo de couverture, vous pouvez faire pareil mais avec une photo plus grande.



## **Annexe 2 : Créer un formulaire pour prendre les commandes de vos clients.**

Pour que vous sachiez comment créer un formulaire de commande simple et efficace, je vous donne le lien d'une vidéo qui explique et montre tout de A à Z.

***[www.bit.ly/annexe111](http://www.bit.ly/annexe111)***

Quand vous finirez de créer votre formulaire, vous obtiendrez un lien. C'est ce lien que vous adjoindrez à vos publications en disant à vos clients de cliquer et remplir pour commander.

Cependant, le lien donné par Google Form est long et sans esthétique.

Je vous donne le lien d'une autre vidéo qui vous montrera comment raccourcir ce lien et le personnaliser.

***[www.bit.ly/annexe222](http://www.bit.ly/annexe222)***



## **Nos ouvrages**

- 1- Le marketing C'Simple tome 1** – L'essentiel du marketing à maîtriser pour attirer facilement des clients et vendre à outrance
  
- 2- Le marketing C'Simple tome 2** – Voici comment gagner des millions dans ces 20 business classiques



## TABLES DE MATIERES

Pourquoi ce livre ? -----	5
L'état d'esprit du vendeur a succès sur Facebook --	11
Profil ou page pour vendre ?-----	15
70% sur votre profil-----	23
Votre image attire ou repousse les clients-----	25
Batir une relation -----	37
Devenez un expert dans votre domaine -----	43
3 types de publications -----	51
Votre offre, la base-----	55
Des offres irrésistibles dans vos publications de vente -----	59
Vous pouvez augmenter vos prix -----	67
Encore plus irrésistible-----	73
Ecrire sur Facebook -----	79
Que dire dans vos publications de vente ? -----	85
Publier a outrance -----	101
Des visuels pour accompagner vos publications de vente -----	107

Publiez vos messages de vente dans les groupes de vente -----	115
Soyez réactif ! -----	121
Variez le type de publication -----	125
Faites constamment des promos -----	129
Publiez des témoignages -----	133
30% sur la page -----	137
Que publier sur votre page ? -----	139
Comment augmenter naturellement le nombre d'abonnés de votre page ? -----	145
Quand et comment sponsoriser vos publications ? -----	149
Votre processus de vente -----	165
Faciliter la vie aux clients -----	169
Persistance et constance -----	175
Annexes -----	179

Info line : (+225) 49 04 37 04 pour vos commandes

Plus d'info sur : <https://www.facebook.com/lyle.soboro>

Email : soborolye@gmail.com