

DÉCOUVREZ COMMENT LE NEURO-MARKETING PEUT
VOUS AIDER À DÉVELOPPER VOTRE
ENTREPRISE OU VOS VENTES SUR LE WEB.

60 LEVIERS POUR VENDRE MIEUX ET PLUS RAPIDEMENT



MindsUp

Créateur
d'expérience
client



10 ÉLÉMENTS DÉCLENCHEURS QUI MOTIVENT LES GENS À ACHETER.

1

L'audience est à la recherche de solutions qui leur feront gagner de l'argent. En ces temps de crise, ils désirent peut-être démarrer leur propre entreprise, se trouver un emploi plus rémunérateur ou investir dans le marché boursier. Tout ce qui leur donnera du succès sera vendeur.

2

Les gens veulent faire des économies. Les habitudes d'achat évoluent, les mentalités aussi. Ils veulent peut-être investir pour leur futur ou épargner pour un gros achat. Ils désirent plus de sécurité.

3

Les gens veulent récupérer du temps libre. Ils veulent travailler moins et consacrer du temps aux plaisirs de la vie. Ils désirent se détendre.

4

Les gens veulent une meilleure apparence. Ils veulent peut-être perdre du poids, raffermir leur corps, ou améliorer les traits de leur visage. Ils veulent se sentir plus séduisants.

5

Les gens veulent être aimés. Ils ne veulent plus être seuls et veulent recommencer à sortir. Ils veulent se sentir désirés.

6

Les gens veulent apprendre de nouvelles choses. Ils veulent peut-être apprendre comment changer l'huile de leur voiture ou construire un patio. Ils se sentiront plus habiles.

7

Les gens veulent vivre plus longtemps. Ils veulent peut-être se mettre en forme, manger mieux. Ils veulent se sentir en bonne santé.

8

Les gens veulent se sentir en meilleure forme. Ils veulent peut-être soulager des douleurs ou dormir dans un lit plus confortable. Ils cherchent la facilité.

9

Les gens veulent être populaires. Ils veulent que leurs achats fassent l'unanimité et que ça les aide à doper leur popularité.

10

Les gens veulent avoir du plaisir. Ils veulent satisfaire leurs moindres désirs. Ils se sentiront plus satisfaits.





10 MÉTHODES MAGIQUES QUI INFLUENCENT LE COMPORTEMENT D'ACHAT ET QUI FONT VENDRE!

1

Utilisez le mot "rapide" dans votre annonce. Les gens recherchent des résultats rapides, livraison rapide, commandes rapides, etc. De nos jours le temps est plus précieux que l'argent..

2

Utilisez le mot "garantie" dans votre annonce. Votre audience veut s'assurer qu'elle ne prend pas de risques en achetant votre produit.

3

Utilisez le mot "limité" dans votre annonce. Les gens aiment obtenir ou recevoir des choses qui sont exclusives ou rares. Elles sont considérées comme ayant plus de valeur.

4

Utilisez les mots "facile/simple" dans votre annonce. Les prospects veulent commander facilement, obtenir des instructions faciles à comprendre, utilisation facile, paiements faciles etc.

5

Utilisez le mot "témoignage" dans votre annonce. Vos clients veulent avoir des preuves tangibles avant d'acheter votre produit. Il devrait s'agir de preuves irréfutables.

6

Utilisez le mot "promo" dans votre annonce. Vos prospects recherchent toujours des offres. Ce pourrait être des rabais, vente d'un jour, offres de pourcentages, offres 'deux pour le prix de un', etc.

7

Utilisez le mot "gratuit" dans votre annonce. La plupart des gens recherchent des incitatifs gratuits avant de faire affaire avec vous. Il peut s'agir de livres gratuits, accessoires, services, etc.

8

Utilisez les mots "vous/votre" dans votre annonce. Les gens aiment savoir que vous vous adressez à eux. Cela leur fait sentir qu'ils sont importants et les pousse à lire l'annonce en entier.


9

Utilisez le mot "important" dans votre annonce. Personne ne veut manquer une information importante qui pourrait affecter son quotidien.

10

Utilisez le mot "nouveau" dans votre annonce. Les gens recherchent constamment des nouveautés : des produits ou services qui vont améliorer leur qualité de vie comme de nouvelles informations, goûts, technologies, résultats, etc.





10 MÉTHODES ULTIMES POUR METTRE VOS CONCURRENTS HORS JEU.

1

Offrez un contenu gratuit et original. Il est important de donner de l'information à vos visiteurs, surtout une information qu'ils ne peuvent trouver nulle part ailleurs. Si vous êtes la seule source, ils visiteront votre site.

2

Mettez le doigt sur les faiblesses de vos concurrents et utilisez-les comme "Unique Selling Proposition". Cela deviendra la raison pour laquelle les gens achètent vos produits et non pas ceux des concurrents.

3

Organisez des concours. La plupart des gens aiment gagner des choses. Cela crée du trafic sur votre site et de l'engagement.

4

Fournissez un annuaire web gratuit. Créez un annuaire de sites web pertinents sur un sujet populaire qui attirera votre public ciblé.

5

Offrir un article gratuit. Invitez votre audience à laisser son adresse mail pour recevoir de l'information gratuite par courriel. Ils apprécient ce genre de démarche car quand c'est bien ciblé, ça leur fait économiser du temps et de l'argent.

6

Donnez une apparence professionnelle à votre site Internet. Vous devez avoir votre propre nom de domaine, développer une navigation facile, utiliser des infographies professionnelles, etc.

7

Faites-en sorte que votre audience lise votre annonce en entier avant qu'ils n'arrivent à la prime Internet que vous offrez. Lorsque vous offrez des choses gratuites pour attirer les gens vers votre site Internet, placez-les sous votre annonce.

8

Attirez votre clientèle ciblée qui achèterait votre produit ou services. Une façon simple de faire cela est de sonder vos clients existants.

9

Testez et améliorez votre annonce. Beaucoup d'annonceurs créent des visuels publicitaires et ne les modifient jamais. Assurez-vous de recevoir un taux de réponse le plus élevé possible.

10

Donnez un sentiment d'urgence aux gens afin qu'ils achètent immédiatement. Ne laissez pas de nombreuses personnes qui seraient intéressées par votre produit remettre leur achat à plus tard et éventuellement qu'ils l'oublient.





10 SUPERS MÉTHODES POUR VENDRE VOTRE PRODUIT DE FAÇON DÉCUPLÉE.

1

Transformez votre annonce en histoire ou article. Vos visiteurs seront moins hésitants à lire votre annonce et seront de plus en plus intéressés par votre produit.

2

Offrez à vos visiteurs un incitant ou un article gratuit pour les récompenser d'avoir complété votre sondage en ligne, sans quoi, ils ne le feront généralement pas. Ces sondages vous donneront des renseignements précieux pour votre entreprise.

3

Augmentez la puissance des avantages de votre annonce en utilisant des mots qui attirent l'attention, mettre en valeur des mots-clés, utiliser de la couleur, mettre des phrases en caractères gras, souligner des phrases clés, etc.

4

Donnez à vos visiteurs LE choix afin qu'ils aient le sentiment d'être contrôlés. Offrez-leur plusieurs façons de passer leurs commandes, de vous contacter, de naviguer, etc.

5

Mettez-vous à la place de vos visiteurs. Construisez votre site selon leurs préférences, et non pas selon les vôtres. Créez votre produit selon les goûts de vos visiteurs et ce qui les pousserait à acheter.

6

Procurez-vous des conseils gratuits d'entrepreneurs qui ont du succès en ligne. Participez à des rencontres d'affaires et webinaires afin d'échanger sur les bonnes pratiques.

7

Utilisez le bonus gratuit pour créer un désir urgent chez vos visiteurs d'acheter votre produit. Offrez ces bonus pour une période limitée avec votre produit principal.

8

Pensez à proposer du cross-selling en vendant vos produits juste avant de finaliser l'achat. Par exemple, s'ils achètent un jouet électronique essayez de vendre les piles compatibles avec le jouet.

9

Donnez à vos visiteurs un sentiment de bien-être après avoir acheté vos produits. Il suffit de leur faire des compliments, les féliciter pour leur achat. S'ils se sentent bien, ils se sentiront à l'aise de faire des achats sur votre site Internet ou dans votre show-room.

10

Utilisez des programmes de récompense pour motiver les gens à visiter et revisiter votre site et acheter vos produits. Vous pourriez offrir des cadeaux ou rabais pour ceux qui visitent plusieurs fois et achètent plusieurs fois.





10 MÉTHODES POUR INCITER L'INTERNAUTE À CLIQUER SUR VOS ANNONCES EN LIGNE !

1

Utilisez la méthode de raisonnement tactique, sur vos bandes publicitaires (banner ads). Par exemple, vous pourriez dire aux gens de «ne pas cliquer» sur votre bande publicitaire. Soit, "Ne cliquez pas ici si vous êtes satisfait de votre apparence"

2

Utilisez le vocabulaire de banner publicitaire le plus attrayant possible. Utilisez des mots tels que : ultime, puissant, super, fantastique etc. Les mots utilisés doivent décrire et mettre en valeur votre offre globale.

3

Offrir un escompte ou une offre spéciale sur votre bande publicitaire. Les gens sont toujours à la recherche d'offres alléchantes. Vous pourriez par exemple offrir un certain pourcentage de rabais, un rabais du genre : « Achetez-en un et obtenez-en un gratuit » etc.

4

Utilisez des témoignages sur vos banniers publicitaires. Ceci prouvera aux gens qu'ils ne perdent pas leur temps en cliquant sur votre annonce. Le témoignage devrait inclure assez d'information afin qu'ils puissent bien comprendre votre offre.

5

Utilisez une politique de garantie efficace sur votre banner publicitaire. Vous pourriez inclure cette garantie dans votre entête d'offre. Votre titre pourrait mentionner : « Satisfait ou remboursé ! »

6

Invitez les gens à cliquer sur votre banner publicitaire. Les internautes ne savent peut-être même pas qu'ils peuvent cliquer sur ces banniers. En inscrivant simplement la phrase "cliquez ici" sur votre annonce publicitaire, vous augmenterez votre trafic. Vous augmenterez aussi votre nombre de conversions.

7

Vous pourriez faire de la publicité sur une période d'essai gratuite sur votre produit ou offrir un échantillon gratuit de vos articles. Cela indiquera aux gens qu'il n'y a aucune obligation à cliquer sur votre banner publicitaire et d'essayer votre produit ou service.

8

Informez les gens des bénéfices majeurs de votre produit, site Internet ou service sur votre bannier publicitaire. Il pourrait s'agir de bénéfices comme faire de l'argent, perdre du poids, augmenter l'énergie, épargner de l'argent, gagner du temps, etc.

9

Utilisez les influenceurs : aujourd'hui, il est devenu habituel de demander à une personne populaire et respectable de représenter votre produit dans vos communications, sur votre sites Internet ou réseaux sociaux. L'audience a tendance à s'identifier à ces influenceurs et à faire plus facilement confiance en votre nouveau produit ou service.

10

Vous pourriez publier une offre gratuite sur votre bande publicitaire. Les gens adorent les choses gratuites.



10 MÉTHODES INTÉRESSANTES POUR PROPULSER VOS VENTES EN LIGNE.

1

Augmentez la perception de valeur de votre produit en mettant l'emphase sur la rareté de votre offre. Vous pourriez utiliser des offres limitées de bonus, des bas prix, des quantités limitées, etc.

2

Pré-testez votre publicité et le marketing de celui-ci. Vous économiserez du temps, de l'argent et du stress en ciblant le bon message aux bons groupes de personnes.

3

Offrez une période d'essai gratuite de votre produit pour une période ou un temps spécifique. Ne les facturez pas avant qu'ils aient décidé de l'acheter. Cela éliminera leurs freins à l'achat ou hésitations.

4

Expliquez à vos visiteurs ce qu'ils peuvent éviter grâce à l'achat de votre produit ou service. Ceci les motivera à acheter. Ils voudront peut-être éviter la douleur, la peur, le danger, etc.

5

Évitez de surcharger votre site Internet avec des fonctionnalités trop innovantes. Celles-ci ralentissent le chargement de page web et détournent l'attention de votre offre. Une page de vente doit aller droit au but.

6

Retirez les mots, phrases et paragraphes dans votre annonce qui ne font pas vendre ou ne soutiennent pas votre produit. Cela empêchera les gens de s'ennuyer avec votre annonce.

7

Gardez les gens sur votre site le plus longtemps possible. Permettez-leur de télécharger des ebooks gratuits, s'abonner à des concours, utiliser des services en ligne gratuits etc.

8

Réalisez des pages de vente et non des pages de présentation : Il faut décrire votre produit en y associant les caractéristiques qui le rendent unique.

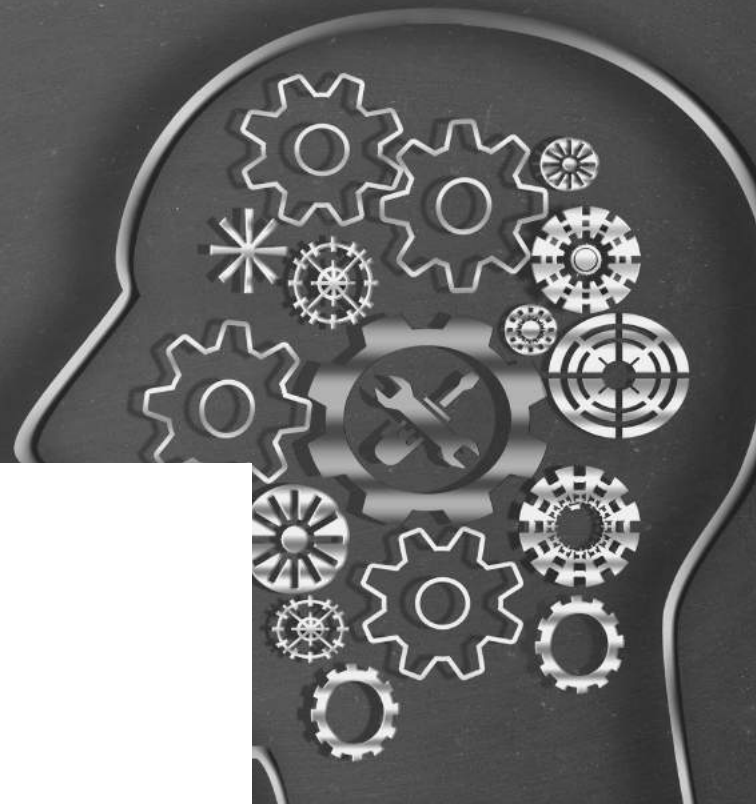
9

Stimulez le désir d'achat du client en organisant des ventes 'Flash', en expliquant pourquoi ce sont des ventes flash et pourquoi c'est le bon moment pour en profiter.

10

Obtenez des recommandations : la plus efficace et l'une des moins utilisées car elles nous font sentir mal à l'aise ! Pourtant, les gens réagissent en général très bien aux demandes de recommandation des gens qu'ils connaissent.





EN CONCLUSION

Ces méthodes sont un extrait d'un nombre important de leviers que le Neuro-Marketing a l'habitude de développer au sein de ses théories.

Ces techniques émanent des neurosciences qui ont pour but de comprendre les comportements des consommateurs. En observant directement les réactions du cerveau aux stimuli du marketing et de la communication, de nouvelles technologies telles que l'IRM[1] ou l'EEG[2] enrichissent les informations recueillies par les enquêtes traditionnelles.

Le comportement «inconscient, instinctif, irrationnel» des hommes est longtemps demeuré une énigme pour les philosophes, psychologues, sociologues... comme pour le marketing. Grâce à l'utilisation des techniques neuroscientifiques permettant de visualiser et d'observer le fonctionnement du cerveau, il devient possible d'éclairer cette part d'ombre. L'étude du «neuro-consommateur» apporte une indispensable contribution à la connaissance du consommateur.

Et pour les mettre en place, il faut des idées! Les idées sont des êtres vivants. Toutes naissent, vivent et meurent. Chaque jour, des milliards d'entre elles surgissent. Et c'est vrai que le monde n'a jamais eu autant besoin d'idées. La crise sanitaire, devenue économique et sociale, révèle et accélère la fin d'une époque et le passage à un nouveau monde.

MindsUp agency vous accompagne dans la mise en place de votre stratégie en intégrant ses nombreux outils que nous prenons soin de sélectionner pour vous et de maintenir à jour nos connaissances pour vous faire gagner du temps, de l'efficacité et de l'argent.

- [1] Imagerie par résonance magnétique
[2] Electroencéphalogramme : examen indolore et non invasif qui renseigne sur l'activité neurophysiologique du cerveau au cours du temps

**Vous souhaitez intégrer le neuro-marketing
dans votre stratégie commerciale ou de
communication?**

Nous sommes prêts à démarrer votre projet !

Paolo Azzellino | 0478 886 367
paolo.azzellino@mindsup.agency



© L'ensemble de ces documents sont la propriété exclusive de MindsUp Agency. Sans autorisation préalable et écrite, ceux-ci ne peuvent être reproduits, adaptés, traduits, transférés, utilisés sur des sites, blogs ou autres supports de diffusion. Conformément aux dispositions du code de la propriété intellectuelle (Art. L.122-4), le non-respect de cette interdiction engage vos responsabilités et constitue une infraction aux dispositions du code de la propriété intellectuelle.