

Structure du circuit de vente

Comme d'habitude, n'oubliez pas que rien n'est figé et vous devez vous sentir parfaitement à l'aise avec votre propre processus de vente ; pour ce faire pensez toujours à adapter à votre personnalité et à votre activité.

D'autre part, en fonction du produit ou du service que vous vendez, vous pouvez enlever ou rajouter des étapes.

Enfin, plus votre offre a 1 prix élevé plus vous devez éduquer votre futur client et donc entretenir le lien sur la durée afin d'instaurer la confiance 😊

Email 1 : Délivrer votre cadeau ou remercier si échantillon donné

Email 2 : Engagement à +1h ou + 1 jour à partir du mail 1

Email 3 : Les « flops » à J+1 du mail 2

Email 4 : Fausses croyances à J+1 du mail 3

Email 5 : Contenu à J +1...

Email 6 : Bénéfices à J+1

Email 7 : Vente à J+1

Email 8 : Réponses aux questions à J+1

Email 9 : Témoignages à J+1

Email 10 : Dernier jour à +1

Email 11 : Votre avis à J+ 1 ou 2