



INSCRIPTIONS MASSIVES

76 CONSEILS & ASTUCES
pour mieux fidéliser, abonner
ou inscrire vos visiteurs

Sur une idée originale d'Yvon CAVELIER,
du blog [Copywriting Pratique](http://www.copywriting-pratique.com)

Copyright (C) 2012 - Copywriting Pratique

<http://www.copywriting-pratique.com>



Informations importantes à propos de ce livre

Bienvenue !

Ce livre est une **compilation** des 13 articles qui ont été proposés pour l'évènement inter-blogueurs du blog Copywriting Pratique « **INSCRIPTIONS MASSIVES** ».

Avant d'en découvrir son contenu, merci de lire ces quelques lignes :

*Ce que vous **POUVEZ** faire avec cet ouvrage :*

- L'offrir **en cadeau** aux abonnés de votre newsletter,
- Le proposer en **téléchargement gratuit** sur votre blog (*allez voir [cette vidéo](#) qui vous explique comment faire si vous avez un blog WordPress*),
- L'offrir **en bonus** avec un des produits que vous vendez,
- Vous en servir comme **cadeau de bienvenue** si vous avez un blog avec un espace membre,
- Et plus généralement l'offrir **GRATUITEMENT** à qui vous voulez.

*Ce que vous ne **POUVEZ PAS** faire avec cet ouvrage :*

- Le **vendre** à quelque prix que ce soit,
- Le proposer en version **imprimée**,
- **En modifier** son contenu (ajouter ou enlever des pages, rajouter ou enlever des éléments)
- L'intégrer à **des offres illégales** et/ou **punies par la loi** dans votre pays
- **Recopier et réutiliser** tout ou partie des articles de ce livre sur quelque support que ce soit.

Notez également que chaque article (chapitre) présent dans ce livre est la propriété de son auteur.

Ceci étant précisé, bonne lecture !



Table des matières

Informations importantes à propos de ce livre.....	2
Introduction.....	6
11 astuces de copywriting pour faire inscrire les gens chez vous ou ailleurs.....	7
1. S'abonner à un flux RSS ou à quoi que ce soit via une icône.....	7
2. S'abonner à un blog via un formulaire.....	8
3. Vous suivre sur un réseau social.....	12
En résumé.....	13
A propos de l'auteur.....	15
5 façons simples et gratuites de booster le nombre de vos contacts ciblés.....	16
1. Testez vos formulaires d'inscription à votre newsletter.....	16
2. Ayez un mini-site spécialisé pour la collecte de prospects.....	17
3. Utilisez les cinq emplacements propices à inviter à s'inscrire à votre newsletter.....	17
1. Sous l'entête principale de votre blog.....	17
2. Dans la barre latérale de votre site.....	18
3. Avant et / ou après vos articles.....	18
4. Dans un popup ou lightbox.....	18
5. Dans un message d'invitation en faisant descendre la barre de défilement.....	18
4. Identifier les sources de trafic qui vous amènent le plus d'inscrits.....	18
5. Ayez un traitement de faveur pour les nouveaux arrivants.....	19
A propos de l'auteur.....	19
Inscription 100% garantie, ça vous intéresse ?	20
1. Pensez espace membre.....	20
2. Donner l'envie c'est bien.....	20
3. Torturer l'envie c'est mieux !!!.....	21
4. Ce que vous apportera ce procédé d'inscription.....	22
5. Intégration à votre liste AWeber.....	23
Conclusion.....	23
A propos de l'auteur.....	23
Comment obtenir un maximum d'inscriptions sur votre liste.....	24
1. La pop up pour obtenir un maximum d'inscriptions.....	24
2. Obtenir un maximum d'inscriptions sur Facebook.....	25
3. Comment créer une page fan.....	26
4. Comment rajouter un onglet sur votre Timeline Facebook.....	29
5. Comment obtenir un maximum d'inscriptions à votre flux RSS.....	36
A propos de l'auteur.....	37



Inscriptions sur mon blog : comment attirer mes visiteurs naturellement.....	38
1. Attirer les visiteurs grâce à son contenu et à son référencement	38
2. Partager sur les réseaux sociaux	39
3. Inviter vos visiteurs à s'inscrire sur votre Flux RSS	40
4. Ma solution ultime pour attirer mes visiteurs	40
A propos de l'auteur.....	41
Trucs et astuces pour augmenter les inscriptions aux listes et aux flux de son site internet.....	42
Méthode pour augmenter le nombre d'inscrits sur son blog.....	42
1. Des promesses en rapport avec la cible privilégiée.....	43
2. Des liens en bas des articles.....	43
3. Un cadeau offert pour toute inscription.....	43
4. Toute source de trafic supplémentaire augmente le nombre d'inscriptions au blog.....	44
5. Créer une zone membre.....	44
6. Exemple vécu qui m'a fait augmenter très significativement mon nombre d'inscrits sur l'un de mes sites : une newsletter parle d'un de vos ebooks gratuits.....	44
Conclusion.....	45
A propos de l'auteur.....	45
Comment multiplier par 3 votre taux d'inscription web.....	46
Comment multiplier par 3 votre taux d'inscription web.....	46
1. Le pop up est-il mort ?.....	46
2. Différence entre popover et pop up.....	47
3. Avantage de la popover : Faites x 3.....	47
4. L'internaute en a marre !.....	47
Secrets pour augmenter radicalement votre taux d'inscription.....	47
1. Cadeau : ebook marketing traditionnel.....	48
2. Boostez encore plus votre taux d'inscription.....	49
3. Outils de création et gestion popover.....	49
A propos de l'auteur.....	50
Comment avoir plus de fans sur sa page Facebook	51
1. Chronique d'un désert annoncé.....	51
2. Ce que veulent les visiteurs.....	51
3. Pensez en termes de récompense.....	52
4. Demandez !!.....	53
A propos de l'auteur.....	53
Séduire le visiteur pour qu'il s'inscrive sur votre blog.....	54
1. Votre thématique ?.....	55
2. Vos connaissances (voire votre expertise) dans cette thématique ?.....	56
3. La qualité de vos textes ?.....	56



4. L'originalité de vos articles ?.....	56
5. La qualité de votre design ?.....	57
6. Les cadeaux que vous offrez ?.....	58
7. Un espace membres ?.....	58
8. Popup ou pas popup ?.....	60
9. Et pourquoi pas un petit slideup discret ?.....	60
Pour conclure.....	61
A propos de l'auteur.....	62
La page sur laquelle j'ai 25% d'inscriptions à ma newsletter.....	63
1. Garder les visiteurs dans un flux d'action.....	63
2. Remercier après un premier commentaire.....	64
3. Pourquoi remercier uniquement après le premier commentaire.....	65
A propos de l'auteur.....	65
Renforcez ce qui fonctionne et changez ce qui ne va pas : 7 astuces pour obtenir plus d'abonnés.....	66
1. Mesurer, mesurer et encore mesurer	66
2. Un formulaire d'abonnement en bas de chaque article.....	67
3. La participation à des événements	68
4. Offrez aux gens de rester en contact avec vous.....	68
5. Soignez le module d'abonnement de la page d'accueil.....	69
6. De la simplicité dans le processus d'abonnement.....	69
7. Relancez ceux qui ne confirment pas.....	69
Conclusion.....	70
A propos de l'auteur.....	70
4 exemples d'application du chemin de moindre résistance.....	71
Étape 1 : Définir le résultat attendu.....	71
Étape 2 : Étudier la configuration du terrain.....	72
Étape 3 : Trouver le moyen de tracer un chemin qui conduise l'utilisateur à réaliser l'action que vous attendez de lui.....	72
Vous voyez l'idée ?.....	73
A propos de l'auteur.....	74
4 manières de se faire apprécier de son public.....	75
1. Jouez au miroir.....	75
2. Soutenez vos alliés.....	76
3. Donnez encore au-delà du raisonnable.....	76
4. Gardez confiance.....	77
A propos de l'auteur.....	78



Introduction

Quand on a un site Internet ou un blog, et que nos visiteurs passent nous voir, il est impératif de prévoir au moins UNE action à leur faire faire dans le but de les **garder** le plus longtemps possible avec nous.

L'action la plus logique et la plus utilisée reste l'inscription à un service : un club, une communauté, un blog, une liste, une newsletter, une page fan, un réseau social, un flux RSS...

Quel que soit le service que l'on choisit, tout ce qui va vous permettre plus tard de recontacter votre visiteur pour le faire **REVENIR** vous voir est bon à prendre.

Dans ce livre, vous allez découvrir **76 conseils et astuces** pour rendre cette opération la plus fructueuse possible. En effet, 13 blogueurs ont accepté de partager avec vous les trucs qu'ils utilisent toute l'année pour faire grossir leur base de clients ou de membres, afin que vous puissiez à votre tour utiliser certaines de ces astuces pour faire grossir les vôtres.

Vous le verrez, certaines techniques reviennent plusieurs fois. Cela vous permettra d'avoir des approches différentes pour chacune d'elles, ce qui fait que vous pourrez choisir de les utiliser en toutes connaissances de cause.

N'hésitez pas à aller visiter les blogs de chaque intervenant. Ils constituent une sorte de « cas pratique » de ce qui vous est enseigné ici, puisque pour la plupart, vous pouvez suivre l'application des conseils prodigués « en direct ».

Et dans ce domaine, vous le savez bien, la théorie est une bonne chose, mais la pratique à l'aide d'exemples est bien plus profitable.

Bref, n'hésitez pas à vous servir de certains de ces articles et de certains des blogs de leur auteur pour accroître votre efficacité personnelle.



Ce livre est là pour ça.

Très bonne lecture !

Yvon CAVELIER



11 astuces de copywriting pour faire inscrire les gens chez vous ou ailleurs

Cet article s'inscrit dans le cadre du deuxième événement de ce blog ([Inscriptions Massives](#)) et vous explique comment vous pouvez, directement sur votre blog, avec un peu de copywriting, inscrire les gens où vous voulez.

Quand on pense au copywriting, on pense généralement en tout premier à de la vente.

Pour autant, il y a beaucoup de domaines où l'on peut se servir du copywriting pour faire agir les gens.

L'inscription à un service est un de ces cas.

Par exemple :

- S'inscrire au flux RSS de son blog via une icône
- Transformer vos lecteurs en membres via un formulaire
- Vous suivre sur Twitter ou devenir votre ami sur Facebook ou ailleurs
- Etc.

Le copywriting peut vous aider à être plus performant dans ce domaine.

Il vous suffit de suivre ce que je fais sur mon blog « copywriting-pratique » :

1. S'abonner à un flux RSS ou à quoi que ce soit via une icône

Si vous levez les yeux, et que vous regardez dans mon header, vous verrez une icône de flux RSS comme sur les autres blogs, mais en plus, il y a une petite phrase d'incitation à l'inscription juste au-dessus.

Avec une flèche :



Ça ne bouge pas, ce n'est pas très gros, c'est juste un texte qui DIT aux gens ce qu'ils doivent faire.

Pas besoin d'être agressif. Pas besoin d'être commercial.

C'est juste un rappel.

On a un peu trop tendance à croire que seule une icône peut faire agir les gens.

Entre le moment où il n'y avait que le logo du flux RSS et celui où j'ai rajouté le texte, les inscriptions ont plus que doublé.

Donc, voici une première chose à faire :

Rajoutez un texte avant les icônes qui sont sensés faire inscrire les gens à quoi que ce soit.

Un flux RSS, un réseau social, ou autre...

On suppose que l'icône parle d'elle-même, mais ce n'est pas le cas pour tout le monde.

Donc un petit texte juste avant, c'est beaucoup plus rassurant et bien plus explicite que n'importe quelle image au monde pour FAIRE AGIR.

2. S'abonner à un blog via un formulaire

Quand on a des gens qui nous suivent régulièrement, en lisant nos articles quand on a un blog par exemple, il est important de pouvoir transformer ces simples lecteurs en membres d'une communauté. Votre communauté.

Vous pouvez ainsi les prévenir quand vous avez une nouvelle publication, et leur parler



quand vous en avez envie, et aussi de temps en temps leur vendre quelque chose par mail si vous le pouvez.

Cela vous assure en outre une sorte “d’assurance” de lectorat, qui, en cas de gros soucis de visibilité, vous permettra néanmoins de ne pas sombrer dans l’oubli.

Pour inciter les gens à s’inscrire sur votre blog, il y a plusieurs manières.

a) Le simple formulaire

C’est un formulaire qui se trouve généralement dans la barre latérale, qui demande à votre lecteur d’indiquer son prénom et son nom.

Pour cela, vous devez souscrire à un service d’auto-répondeur, qui s’occupera pour vous d’envoyer les mails à vos inscrits.

Le copywriting intervient dans ce que vous écrivez avant le formulaire, et dans ce que vous mettez comme texte sur le bouton d’inscription.

Il faut une phrase qui explique en quelques mots pourquoi il est important que votre lecteur s’abonne, en citant LE plus gros avantage à le faire.

Par exemple :

Devenez membre de ce blog et améliorez-vous de jour en jour au copywriting

Vous pouvez aussi proposer un cadeau à télécharger pour inciter les gens à s’inscrire.

Le copywriting intervient ici dans la manière d’exposer ce cadeau.

Vous pouvez dire aux gens : “Inscrivez-vous pour recevoir ce cadeau”.

Vous comprenez ainsi que la personne qui s’inscrit le fait POUR le cadeau. Et pas forcément pour vous, pour votre blog ou pour vos articles.

Vous pourriez modifier légèrement votre phrase pour transférer l’avantage ailleurs que sur le cadeau. Par exemple :

Devenez membre de ce blog et améliorez-vous de jour en jour en copywriting. Et pour vous accueillir, voici votre cadeau de bienvenue :



Ainsi, les gens s'inscrivent pour vous. Et ils ont le cadeau en prime. Ce ne sont que quelques mots mis dans un ordre différent, mais ils déplacent l'intérêt.

Le bouton d'inscription est également important.

Vous pourriez mettre "Inscrivez-vous" ou "Abonnez-vous".

Pour autant, en déplaçant l'action "dans" l'utilisateur, vous incitez plus efficacement les gens à agir.

Par exemple, imaginez que vous vouliez influencer les pensées d'une personne pour qu'elle tourne à droite en voiture ou même à pied (admettons que vous avez ce don).

Vous pourriez choisir de dire : "Tourne à droite... Tourne à droite... Tourne à droite..."

Si la personne "entend" ce que vous dites, elle pourra ressentir ça comme un ordre extérieur. Elle pourra se dire "Mais qui veut me faire tourner à droite ?"

Alors que si vous choisissez de dire "Je tourne à droite... Je tourne à droite... Je tourne à droite...", si la personne vous "entend", elle aura l'impression d'avoir agi par elle-même.

Voilà pourquoi il est toujours mieux de mettre une action de bouton à la première personne, car cela enlève cette partie "persuasion" et "ordre", et donne l'impression à votre lecteur qu'il s'inscrit parce qu'il l'a choisi.

Donc, mettez les textes de vos boutons d'action à la première personne.

b) La page d'inscription

Dans la même optique que le formulaire d'inscription mis dans la barre latérale comme nous venons de le voir, il y a une stratégie beaucoup plus efficace pour inscrire les gens chez vous :

La page d'inscription.

Ici, le formulaire se déplace dans une page dédiée qui est une sorte de "page de vente" pour obtenir l'inscription.

Le but de cette page est de présenter un à un tous les avantages à s'inscrire chez vous,



à présenter plus en détail le cadeau de bienvenue, à donner tout un tas d'informations rassurantes sur vous, sur le blog, et sur tout ce qui pourra inciter les gens à s'inscrire.

Le pavé d'incitation qui se trouve alors dans la barre latérale devient donc une sorte de mini-lettre de vente qui propose d'aller visiter la page d'inscription via un lien "En savoir plus", ou alors carrément un bouton qui dit "Je m'inscris" (comme il y a sur ce blog).

Respectez ces quelques consignes et astuces pour votre page d'inscription :

- Le formulaire d'inscription doit être le plus haut possible dans la page, afin que les gens pressés puissent s'inscrire tout de suite
- Donnez si possible le nombre de personnes déjà inscrites. Cela vous permet de bénéficier des bienfaits de persuasion de "l'exemple des autres". Quand on s'abonne à un club, à un blog, à une communauté, on aime bien ne pas se sentir seul.

Si vous n'avez pas encore assez de membres, mettez le un peu plus tard, quand il commence à y en avoir une centaine.

- Faites entre 3 et 7 puces promesses pour présenter votre cadeau de bienvenue. Mettez impérativement un visuel de bonne qualité pour le présenter.
- Ensuite détaillez tous les avantages à s'inscrire chez vous. Articles spéciaux, zones réservées, bonus, etc....
- Mettez des boutons d'action après chaque bloc d'avantages qui font remonter la page au niveau du formulaire d'inscription. Utilisez les mêmes consignes que pour le bouton du formulaire vu ci-dessus.

c) Un espace privé

Il reste encore une solution pour inciter vos plus fidèles lecteurs à devenir membres de votre blog : Proposer des articles de qualités que vous ne réservez qu'à vos membres.

Pour cela, le mieux est d'en prendre 1 sur 5, et d'en protéger une partie du contenu, que seuls ceux qui seront inscrits pourront lire.

Vous créez en quelque sorte une zone privée réservée à vos membres.



Vous leur proposez des outils, des ressources, et des infos de qualité, ce qui donne à votre blog une qualité et un attrait supplémentaire.

Une [procédure détaillée](#) existe sur ce blog pour faire ça. Je vous engage à la lire.

La partie copywriting de cette stratégie réside dans la phrase qui se trouve juste avant le formulaire de connexion ou d'inscription.

Moi j'ai choisi :

Pour lire la suite, vous devez être
membres de Copywriting-Pratique.com.
Je vous rappelle que c'est 100% gratuit !

Déjà membre ? Connectez-vous :

Identifiant :

Mot de passe :

Pas encore membre ? **Inscrivez-vous**
Rappelez-vous que c'est 100% gratuit

Un lien en gras "Inscrivez-vous" se trouve en bas, qui dirige vers la page d'inscription que nous avons vue ci-dessus.

3. Vous suivre sur un réseau social

Sur ce blog, il s'agit de Twitter.

Mais cela fonctionne pour tous les réseaux sociaux. Facebook, LinkedIn, Viadeo, etc.

Le conseil copywriting que je vous donnerais pour ça, c'est "l'image choc ou insolite".

On voit souvent des boutons tous simples, un peu partout, qui ne donnent pas vraiment envie de s'inscrire.

En fait, je pense qu'on ne les voit carrément pas. Une image qui change, qui surprend, qu'on ne voit que chez vous, c'est bien plus intéressant.

Déjà ça peut amuser votre lectorat.



Mais surtout, ça peut attirer leur attention et les inciter à s'inscrire.

Sur mon blog, depuis le début, j'ai mis cette image :



L'oiseau est assez insolite pour être remarqué.

Vous pouvez choisir n'importe quelle image de ce style, et la modifier légèrement pour faire varier le texte d'incitation.

Il faut laisser libre cours à votre imagination, et bien imaginer que plus l'image sera insolite (sans être choquante), plus les gens la verront.

Notez le "Cliquez ici" avec la flèche pour bien expliquer avec un texte ce que les gens doivent faire.

Une image peut être interprétée de mille façons différentes. Avec un texte au-dessus ou directement sur l'image, vous incitez les gens à interpréter l'image comme VOUS le voulez.

Et ainsi, vous vous assurez d'être compris à 100 %.

Vos inscriptions s'en ressentent.

En résumé

Le copywriting peut vous venir en aide pour faire inscrire les gens à votre flux RSS, à votre blog ou sur vos réseaux sociaux.



Pour cela, suivez ces 11 astuces, que je vous récapitule brièvement :

- Mettez toujours un texte explicite qui explique ce que vous voulez que les gens fassent devant une icône ou une image sur laquelle il faut cliquer pour s'inscrire (RSS, ou réseau social)
- Mettez toujours une phrase qui reprend le plus gros avantage à s'inscrire juste avant votre formulaire
- Mettez aussi souvent que possible un texte à la première personne sur vos boutons d'action (Je m'inscris, plutôt que Inscrivez-vous)
- Transformez le terme "Cadeau gratuit" en "Cadeau de bienvenue"
- Prévoyez toujours un visuel de qualité pour votre cadeau
- Créez si possible une page d'inscription qui sera une mini-page de vente qui donnera tous les avantages à s'inscrire chez vous. Détaillez bien chaque avantage.
- Sur cette page d'inscription, mettez toujours le formulaire le plus haut possible dans la page.
- Indiquez le nombre de personnes déjà inscrites.
- Mettez des boutons d'action après chaque bloc d'avantages qui font remonter la page au formulaire d'inscription.
- Prévoyez quelques articles protégés (réservés aux membres), et mettez une phrase bien explicite pour indiquer quoi faire à vos lecteurs.
- Utilisez une image insolite avec un texte explicite dessus (ou avant) qui indique quoi faire pour inscrire les gens sur vos pages de réseaux sociaux

Inscrire les gens est une véritable action de "vente". La monnaie d'échange n'est pas l'argent, c'est l'e-mail.

C'est une monnaie comme une autre.

À ce titre, quand un utilisateur donne son e-mail, il se pose toujours des questions sur ce que ça va impliquer pour lui.



Plus vous lui expliquerez à quoi il adhère, et plus facile ce sera pour lui de prendre sa décision.

Pensez-y sérieusement si vous n'avez pas assez d'inscrits.

Parfois, il suffit d'expliquer et d'expliciter quelques trucs, et tout est bien plus facile.

A propos de l'auteur



Article écrit par Yvon CAVELIER, qui vous conseille chaque jour [sur son blog](#), pour accroître vos visiteurs et vos ventes grâce au copywriting.

Par exemple, voyez [cet article](#) qui vous explique 11 manières de se passer de Google pour faire venir gratuitement de 500 à 2 millions de personnes sur votre blog.

Visitez son blog : [Copywriting Pratique](#)



5 façons simples et gratuites de booster le nombre de vos contacts ciblés

Si vous faites comme la plupart des professionnels indépendants votre site fait probablement uniquement office de devanture. Vous avez coché la case site web et maintenant vous vous dites qu'il n'y a plus qu'à attendre pour voir tomber les clients du ciel.

Peut-être aussi que vous trouvez vos clients par d'autres moyens et dans ce cas, le site web sert juste à les rassurer et montrer que vous avez une présence en ligne comme tout le monde.

Si vous avez commencé à regarder ce qui se fait chez les autres vous avez remarqué que beaucoup de professionnels indépendants cherchent à se constituer une liste de contacts ciblés.

Il s'agit de prospects ou clients potentiels auprès de qui créer et entretenir une relation, démontrer votre expertise et vous constituer une audience intéressée et prête à acheter vos services lorsque vous faites une offre.

La première étape pour vous constituer un flot de clients constants dans le domaine du coaching, du conseil ou de tout type d'expertise est de vous constituer une mailing list et d'envoyer une newsletter régulièrement. Pour cela il vous faut des visites sur votre site et une stratégie complète pour accumuler autant du bon type de contacts que possible.

Pour la plupart des professionnels indépendants les plus avancés, leur stratégie de développement de mailing list se résume à deux choses : un cadeau gratuit à l'inscription sur la newsletter ET un formulaire dans la barre de droite de leur blog.

Si c'est votre cas, lisez cet article - vous apprendrez **5 stratégies très concrètes, efficaces et peu connues** (pour certaines) à mettre en place sur votre blog WordPress pour acquérir plus de contacts ciblés, de prospects et donc de clients :

1. Testez vos formulaires d'inscription à votre newsletter

Si vous utilisez un autorépondeur (ce que je vous recommande fortement) vous pouvez générer des formulaires à placer sur différents emplacements de votre blog.



J'entre dans le détails sur ce sujet au point 3.

Suivante l'accroche, la couleur ou le cadeau que vous proposez sur votre formulaire - il va donner envie de s'inscrire à votre newsletter à plus ou moins de gens.

Pour vous assurer que vous utilisez la version la plus efficace de votre formulaire, il vous faut tester différentes versions. Au final vous allez garder la plus efficace et tenter une amélioration avec une autre variation pour voir si vous arrivez à battre la version championne et ainsi augmenter vos inscriptions. C'est ce qu'on appelle un Split Test.

Pour faire cela très simplement vous pouvez utiliser le **plugin A/B split test**.

Il vous permet de tester vos formulaires (entre autres choses) sans aucune compétence technique requise et vous affiche le taux de conversion de chacun d'entre eux.

2. Ayez un mini-site spécialisé pour la collecte de prospects

Alors qu'on peut attendre environ 1 à 2% de conversion pour un formulaire d'inscription en barre latérale d'un blog - avoir une squeeze page dédiée (en voici [un exemple sur un de mes mini-sites](#)) amène en moyenne 20% de conversion.

NB : Cela peut aller jusqu'à 50% et plus lorsque vous avez bien optimisé une telle page.

Au lieu d'un visiteur sur 100 qui s'inscrit sur votre liste de diffusion, vous en avez un sur cinq.

Vous voulez donc avoir une page de votre site ou un autre site uniquement dédié à la collecte de prospects vers lequel vous liez, certains de vos articles de blog, certains éléments de la barre de menu principale de votre site ou vers cette page au fil de vos articles par exemple.

3. Utilisez les cinq emplacements propices à inviter à s'inscrire à votre newsletter

Avec votre blog WordPress, il y a cinq emplacements que vous pouvez tester pour l'ajout de formulaires d'inscription sur votre site :

1. Sous l'entête principale de votre blog

Il est très facile d'ajouter un formulaire à cet endroit mais si vous ne vous y connaissez pas techniquement, il vaut mieux déléguer cette action à un professionnel du web. C'est



d'ailleurs aussi valable pour les autres emplacements dont je vais vous parler.

2. Dans la barre latérale de votre site

Même si le taux de conversion n'est pas énorme, vous pouvez toujours y mettre un formulaire ou tester de mettre une image avec un lien qui emmène le visiteur vers la page d'accueil de votre mini site dont je vous parlais dans la stratégie précédente. Cela peut-être une variante très efficace.

3. Avant et / ou après vos articles

Vous pouvez facilement insérer un formulaire avant et/ou après les articles que vous publiez sur votre blog. Si vous n'êtes pas à l'aise techniquement vous pouvez utiliser l'extension What Would Seth Godin Do dont je reparle dans la suite de cet article.

4. Dans un popup ou lightbox

Cette version peut être facilement agaçante pour les visiteurs mais elle peut aussi s'avérer très efficace. Vous pouvez facilement tester si l'apparition d'un formulaire après un certain temps passé sur le site est efficace pour vous en utilisant le plugin A/B Split Test.

5. Dans un message d'invitation en faisant descendre la barre de défilement

Lorsque qu'un visiteur fait défiler votre site, vous pouvez définir un message apparaissant à partir d'un certain pourcentage de défilement de la page. Ce message peut contenir un formulaire d'inscription en html ou un lien qui envoie vers la page d'accueil de votre mini-site. Un plugin gratuit pour faire cela est Qoate Scroll Triggered Box disponible gratuitement sur le web.

4. Identifier les sources de trafic qui vous amènent le plus d'inscrits

Il est essentiel que si vous publiez sur le web pour amener des visiteurs sur votre site, que ce soit via des articles invités, des forums ou des répertoires d'articles en ligne : vous devez savoir combien chaque source vous amène de visiteurs mais aussi combien cela vous amène d'inscrits sur votre newsletter.

Pour cela vous devez avoir un compte gratuit Google Analytics. Vous saurez ainsi d'où vous viennent vos visites. Voici un tutoriel vidéo en français de quatre minutes pour [apprendre à créer votre compte et faire le suivi de vos visites sur WordPress.](#)

L'étape suivante est de définir un objectif avec Google analytics.

A chaque fois que quelqu'un s'inscrit sur votre newsletter, quelque soit le formulaire que la personne a utilisé, vous voulez pouvoir savoir par où sont venues les personnes qui se



sont inscrites. Ainsi vous allez pouvoir augmenter vos publications et contributions sur ces sites et augmenter le nombre de vos inscrits.

Voici un tutoriel vidéo en français d'une minute pour [apprendre à définir vos objectifs sur Google Analytics](#).

5. Ayez un traitement de faveur pour les nouveaux arrivants

Pour la cinquième et dernière stratégie vous pouvez décider d'avoir différents types d'accueil pour les nouveaux visiteurs et pour les anciens.

Pour cela il existe un plugin simple et gratuit qui s'appelle **What Would Seth Godin Do ?** qui permet de définir exactement le type de comportement que vous voulez que votre blog ait pendant les 3, 4 ou 5 premières visites...

Ainsi vous pouvez décider de mettre un formulaire d'inscription en popup ou en dessous du header de votre site uniquement les premières fois que le visiteur se rend sur le site.

Si il vient régulièrement il n'y a peut-être pas besoin d'insister: soit il s'est déjà inscrit, soit il le fera plus tard dans le formulaire de barre latérale.

A propos de l'auteur



Article écrit par Cédric COPY, du blog [Com'Coach](#) qui accompagne les professionnels du conseil, du coaching, de la formation et de la thérapie à développer l'état d'esprit et les compétences pour appliquer les stratégies qui fonctionnent pour trouver des clients.

Voyez par exemple [la librairie Com'Coach](#) pour avoir accès à des ressources exclusives et gratuites pour apprendre à trouver des clients.

Visitez son blog : [Com'Coach](#)



Inscription 100% garantie, ça vous intéresse ?

1. Pensez espace membre

On entend souvent dire que l'innovation et le fait de se démarquer fait toute la différence si on veut réussir sur Internet, c'est vrai, mais il faut aussi avoir une liste de prospects bien ciblée, et pour avoir une liste bien ciblée, **rien de tel qu'une inscription de vos visiteurs comme membres de votre blogue ou de votre site.**

Avez-vous déjà pensé qu'il est bien possible que plusieurs de vos visiteurs lisent avec intérêt vos articles, et ce avec assiduité sans toutefois commenter ceux-ci pour toutes sortes de raisons ?

Ce sont ce que je nomme des visiteurs anonymes :)

La meilleure façon de récupérer ces visiteurs, c'est l'inscription à un espace membre, mais en y insérant une raison irrésistible de s'y inscrire!

Généralement, ceux qui s'inscriront sur votre espace membre seront de ceux qui sont vraiment intéressés par les articles que vous publiez, mais **comment les pousser à procéder à l'inscription** si l'accès de vos articles est déjà libre à tous ?

2. Donner l'envie c'est bien...



Offrir la possibilité à vos lecteurs de s'inscrire « **Membre de votre blogue** » en décrivant les avantages d'y être inscrit est très bien, certains s'inscriront d'emblée.

Par contre d'autres résisteront à la tentation :roll: pourquoi ? Comment savoir ? Donc il est de bonne pratique de donner une raison irrésistible de s'y inscrire et voici comment.



3. Torturer l'envie c'est mieux !!!

Rien de tel de prendre le temps de trouver un titre pour votre article qui sera irrésistible, en fait un titre très accrocheur, intrigant et intéressant suivi de quatre ou cinq lignes de texte décrivant le but de votre article qui se doit être lui aussi des plus intéressants pour donner l'envie irrésistible de lire votre article jusqu'à la fin comme dans l'exemple ci-dessous.

Offrir la possibilité à vos lecteurs de s'inscrire « Membre de votre blogue » en décrivant les avantages d'y être inscrit est très bien, certains s'inscriront d'emblée.



Comme vous le voyez dans l'exemple plus haut, le titre... voyez-vous ?

Mais ce n'est pas tout, remarquez le petit carré rouge à l'intérieur de la photo, celui-ci indique dès le départ que cet article est réservé aux « membres premium » qui sont déjà inscrits sur votre blogue, c'est un indicateur de plus pour s'inscrire sur le blogue.

Maintenant, il y a il y a une bonne possibilité qu'on veuille lire la suite avant de s'inscrire, si c'est le cas voici ce qu'ils verront comme dans l'image ci-dessous.



Votre liste est-elle trop grosse inutilement?

On aura beau dire que l'argent est dans la liste, mais est-ce vrai dans tous les cas? Je vais vous poser une question, *que préférez-vous, une liste de 1 000 noms ou une liste de 10 000 noms?* Avant de répondre à cette question, je vous propose de faire une analyse d'un seul point pour le moment.

Question de préférence

Supposons que vous avez une liste de 10 000 noms et que cette liste n'a rien d'une liste ciblée ! En fait, tous les propriétaires d'animaux tel que canins, félins, poissons, reptiles et les oiseaux sont tous sur la même liste, vous vous demandez où je veux en venir n'est-ce pas ? 😊 Ce que je

Votre liste, est-elle trop grosse?

Pour lire la suite de cet article, vous devez être membre de ce blog.
Déjà membre ? [Connectez-vous:](#)

Nom d'utilisateur :

Mot de passe :

Content Protected by SmartLogin

Comme vous pouvez le constater, il sera impossible pour votre visiteur de lire cet article dans son ensemble tant et aussi longtemps qu'il ne sera pas inscrit sur votre blogue, génial non ?

Une fois inscrit sur votre blogue, l'ensemble des articles lui sera accessible à tout moment.

4. Ce que vous apportera ce procédé d'inscription

Ce procédé d'inscription vous apportera deux choses, la première étant de pousser les nouveaux visiteurs à s'inscrire, ça vous le savez déjà, mais pensez-y un peu, ceux qui s'inscriront seront bien sûr ajoutés à votre base de données WordPress, mais ce que vous devez savoir c'est que cette méthode vous procurera des inscrits de meilleure qualité.

Seuls ceux qui seront vraiment intéressés à vos articles voudront s'inscrire, ce qui aura comme effet d'avoir une liste ayant un meilleur potentiel de conversion. À ce sujet, je vous conseille de lire cet article.

Ce plug-in WordPress se nomme WPprivate, vous pouvez le télécharger directement sur WordPress, cependant il sera en anglais !

Je vous recommande de visiter le blog [Copywriting Pratique](http://www.copywriting-pratique.com) d'Yvon Cavelier, vous aurez alors le bonheur de le télécharger en version française traduite par Yvon lui-même. De plus, une vidéo démontre son installation et son utilisation.



Un petit bémol, ce plug-in fonctionne uniquement si votre thème WordPress peut utiliser deux menus.

5. Intégration à votre liste AWeber

Lorsque vos visiteurs s'inscriront sur votre blogue, ceux-ci seront enregistrés dans la base de données de WordPress, évidemment, la meilleure solution est d'intégrer cette liste à votre autorépondeur.

C'est tout à fait faisable avec le plug-in AWeber registration integration, que vous pouvez télécharger à partir de votre panneau d'administration WordPress.

Bien sûr Yvon vous a préparé une vidéo sur ce sujet pour utiliser le tout facilement.

Conclusion

Voilà un autre outil qui vous sera sûrement utile :)

Je vous suggère de ne pas utiliser de façon abusive le plug-in WPprivate, en fait je vous suggère de l'utiliser une fois sur trois ou quatre pour laisser la possibilité aux nouveaux visiteurs de connaître le style de vos articles avant de s'inscrire sur votre blogue.

A propos de l'auteur



Article rédigé par Claude AUSSANT, du blog [Réussir sur Internet](http://www.reussir-sur-internet.com), sur lequel il rédige des articles de techniques utiles pour aider ses lecteurs à accomplir de façon adéquate leurs objectifs.

Voyez par exemple la rubrique [Référencement... Eliminez le brouillard](#), où vous y apprendrez comment référencer votre site on page, off page et comment obtenir des backlinks.

Visitez son blog : [Réussir sur Internet](http://www.reussir-sur-internet.com)



Comment obtenir un maximum d'inscriptions sur votre liste

Obtenir un maximum d'inscriptions sur sa liste est la quête de nombreux web-commerçants ou entrepreneurs du net.

Voilà donc quelques astuces pour créer sa liste de prospects ciblés et obtenir un maximum d'inscriptions.

1. La pop up pour obtenir un maximum d'inscriptions

Il n'est plus à prouver que la fenêtre pop up est le moyen le plus efficace et le plus rapide pour faire grandir votre liste de prospects et obtenir un maximum d'inscriptions.

Mais c'est là que les désaccords surviennent.

- la fenêtre pop up est intrusive et gêne les visiteurs de votre site ou blog lorsqu'ils visitent une seule page
- la fenêtre pop up ne fournit pas une liste de prospects ciblés car certaines personnes ne s'inscrivent que pour obtenir le cadeau proposé
- la fenêtre pop up énerve les visiteurs lorsqu'elle apparaît à chaque nouvelle page affichée
- la fenêtre pop up fait fuir les visiteurs, lorsqu'une fois qu'ils sont inscrits, elle continue d'apparaître sans arrêt.

Mais il est toutefois possible de contenter tous le monde et de ne gêner personnes.

Tout dépend de la configuration et du paramétrage que vous utilisez pour votre fenêtre pop up.

- En utilisant [ce plugin](#), vous pouvez choisir d'afficher votre fenêtre quand vous le souhaitez. Vous pouvez par exemple choisir d'afficher la fenêtre pop up à la première visite d'un internaute, ou encore à la deuxième ou la troisième visite.

De cette manière, le fenêtre ne viendra pas perturber sa navigation, et il ne verra le pop up qu'une seule fois.



- Vous pouvez également choisir de l'afficher uniquement lorsque le visiteur s'apprête à quitter le blog (pop exit ou pop up de sortie). La solution la plus discrète et la moins agressive pour le visiteur.

Mais il faut savoir que c'est la solution pop up qui convertit le moins.

- Une autre solution est possible. C'est d'afficher votre pop up dès qu'une page de votre blog s'affiche. Si un visiteur visite 5 pages, il verra cette fenêtre pop up s'afficher 5 fois. Cette solution est très pénible si les visiteurs ont l'habitude de visionner plusieurs pages à chaque visite.

Mais c'est aussi la solution qui convertit le plus.

La difficulté consiste à trouver la solution qui s'adapte le mieux à votre besoin. Je vous conseille de tester les différentes solutions, en faisant un parallèle entre conversion et intrusion.

La solution qui convertit le plus dérangera peut-être fortement vos visiteurs. C'est un risque potentiel. Perdre certains lecteurs très qualifiés.

Peut-être vaudrait-il mieux obtenir un peu moins d'inscriptions sur votre liste et satisfaire également vos visiteurs.

2. Obtenir un maximum d'inscriptions sur Facebook

Facebook peut réellement vous aider à faire grandir votre communauté de façon considérable suivant la thématique que vous abordez sur votre blog.

Pour faire cela, il vous suffit de modifier votre page fan facebook. Mais depuis l'arrivée de la Timeline, il n'est plus possible de créer une page de capture en page d'atterrissage.

Par contre, il est toujours possible d'utiliser les onglets pour insérer un formulaire de capture et obtenir un maximum d'inscriptions sur votre liste.

Voici la procédure.



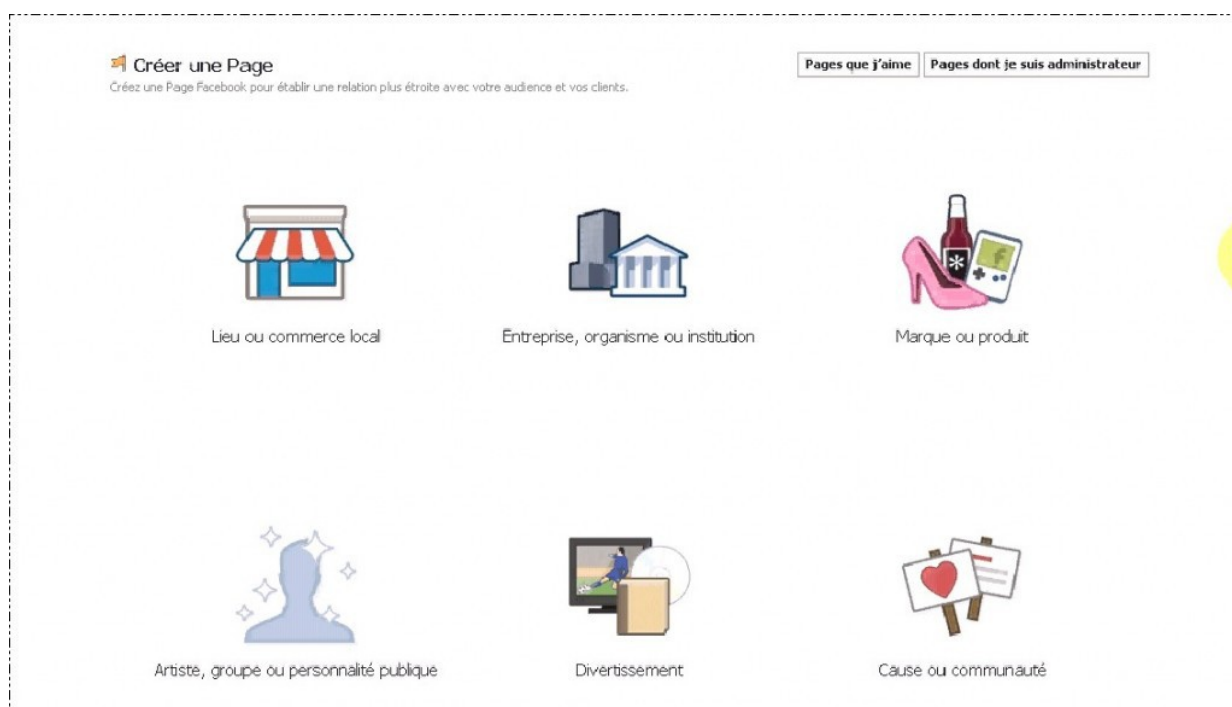
3. Comment créer une page fan

Connectez-vous à votre compte facebook, et descendez tout en bas de la page. Cela est un peu long car le contenu grandit sans arrêt pendant un certain temps. puis cliquez sur créer une page.



[Cliquez ici](#) pour voir l'image en grand format.

Choisissez le type de page que vous voulez créer.



[Cliquez ici](#) pour voir l'image en grand format.

Indiquez un nom pour votre page, cochez les conditions d'utilisation et démarrer.



Lieu ou commerce local



Entreprise, organisme ou institution



Marque ou produit



Artiste, groupe ou personnalité publique



Divertissement

Cause ou communauté

Rejoignez vos fans sur Facebook.

1

☐ Cause ou communauté
☐ J'accepte les conditions applicables aux Pages Facebook.

Démarrer

[Cliquez ici](#) pour l'image en grand format.

Ensuite, importez une photo.

Paramétrer Delice-chocolat

1 Photo de profil 2 À propos 3 Adresse web Facebook



[Télécharger à partir de l'ordinateur](#)

[Importer d'un site web](#)

[Enregistrer la photo](#) [Ignorer](#)

[Cliquez ici](#) pour voir l'image en grand format.

Vous allez ensuite remplir une partie à propos, ou vous allez dire en quelques mots ce que vous proposez sur cette page, et ajoutez l'URL vers votre site web en dessous.

Vous pouvez rajouter plusieurs adresses en cliquant sur ajouter une autre URL.



Cliquez ensuite sur enregistrer les informations.

Paramétrer Delice-chocolat

1 Photo de profil 2 À propos 3 Adresse web Facebook

Cette page est réservée aux amateurs de chocolat. Vous y trouverez de nombreuses infos et recettes.

<http://www.delice-chocolat.fr> Supprimer

<http://> Ajouter un autre site

Accéder aux pages d'aide Enregistrer les informations Ignorer

Facebook © 2012 · Français (France)

À propos de · Publicité · Créer une Page · Développeurs · Emplois · Confidentialité · Conditions d'utilisation · Aide

[Cliquez ici](#) pour voir l'image en grand format.

Puis arrive la dernière étape où vous allez choisir le nom de la page.

Paramétrer Delice-chocolat

1 Photo de profil 2 À propos 3 Adresse web Facebook

Adresse web non disponible. Veuillez en essayer une autre.

Choisissez une adresse web Facebook unique pour aider les gens à trouver votre Page. Une fois définie, elle ne peut pas être changée.

<http://www.facebook.com/toutlechocolat>

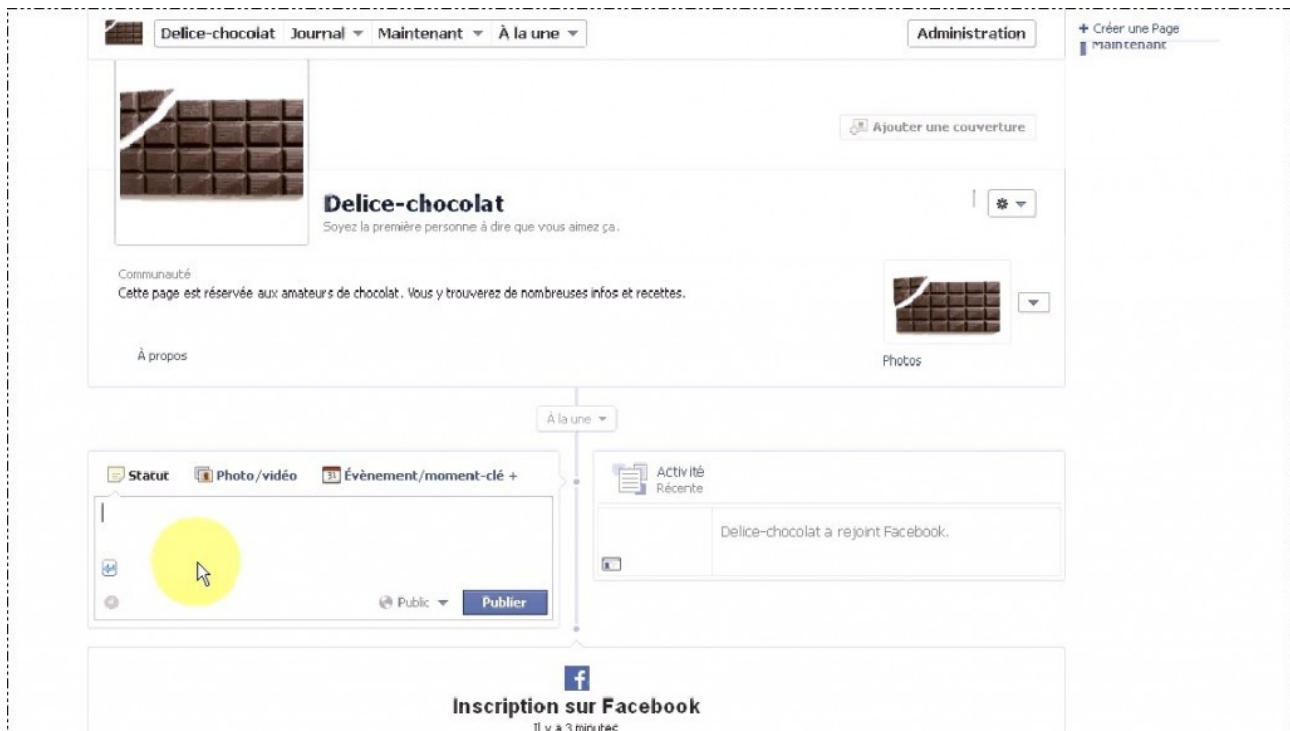
Définir l'adresse Ignorer

Facebook © 2012 · Français (France)

À propos de · Publicité · Créer une Page · Développeurs · Emplois · Confidentialité · Conditions d'utilisation · Aide

[Cliquez ici](#) pour voir l'image en grand format.

Et voilà votre page fan terminée.



[Cliquez ici](#) pour voir l'image en grand format.

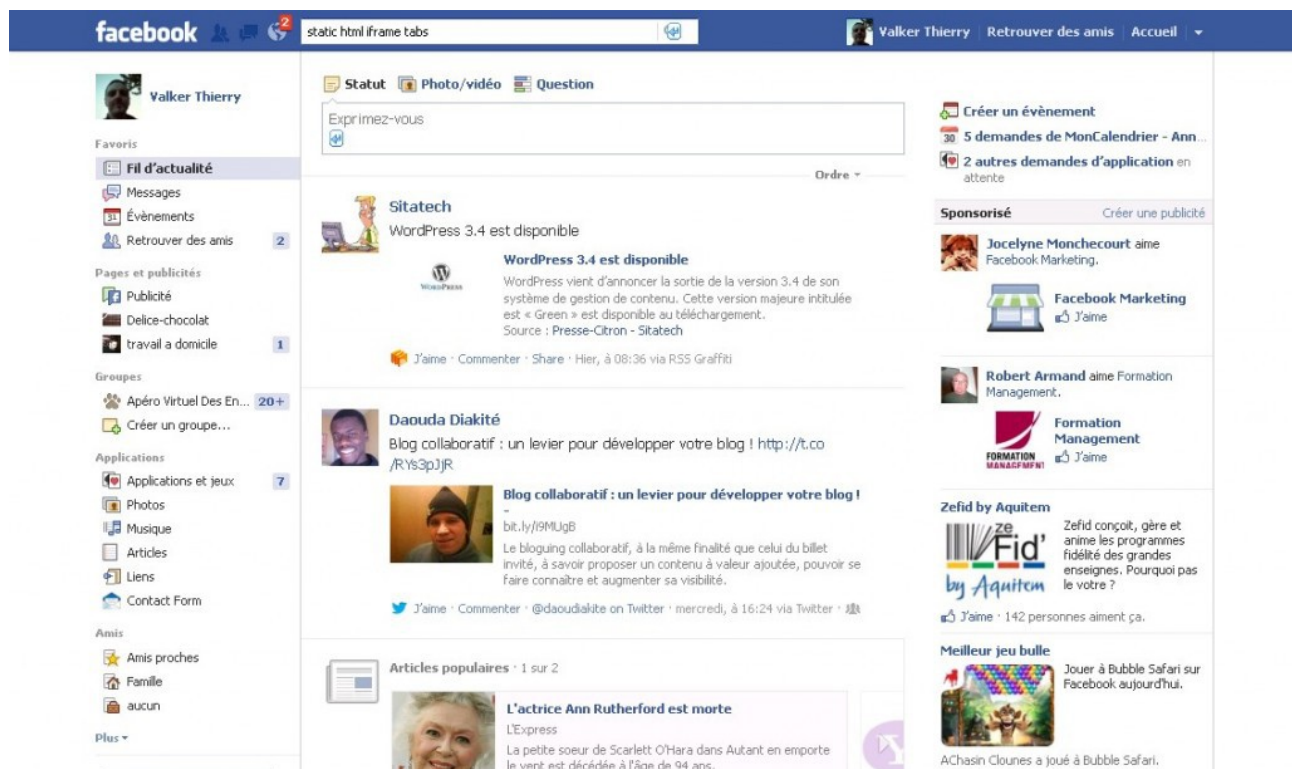
4. Comment rajouter un onglet sur votre Timeline Facebook

Pour cela, il faut utiliser l'application gratuite static html iframe tabs. Dans un premier temps, connectez-vous à votre compte facebook.

Indiquez dans le champ de recherche tout en haut: static html iframe tabs.



76 CONSEILS & ASTUCES pour mieux fidéliser, abonner ou inscrire vos visiteurs



[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

Ensuite, cliquez sur Add static html to a page.



Static HTML: iframe tabs

Basic Information

Description of Application Static HTML makes it simple to create powerful custom iframe tabs.

We are the **largest provider of custom tabs on Facebook**, serving hundreds of thousands of pages.

Get the app

[Add Static HTML to a Page](#)

After you add the app, go to your page and click on the Welcome tab to start editing.

Developers

Support Leave a comment on [our page](#) if you have questions or feedback.

About the Developer We're two dudes who like making elegant tools and a friendlier world.



Timothy Mensing



Jason Padvorac

Recommandations Plus

Vous connaissez peut-être... Afficher tout

Patricia Louis
6 ami(e)s en commun
[Ajouter](#)

Fabrice Béal
15 ami(e)s en commun
[Ajouter](#)

Sponsorisé Créer une publicité

Concours Photo Facebook

Lancer un Concours Photo sur votre page Facebook en quelques minutes et boostez votre nombre de fans avec SocialShaker
Eric Benard aime SocialShaker.

Le rêve au meilleur prix
iberis.fr
Des prix qui vous transportent tout droit en Amérique
Profitez de tarifs qui vous emmènent là où vous rêvez d'aller.
Boston 624€, New York 637€

Hébergement Web
o2switch.fr
Espace disque et transfert illimités. Une offre claire et simple.
72€ TTC /an

[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

Ensuite, vous allez choisir sur quelle page ajouter l'application et cliquer sur ajoutez static html iframe tabs.

★ Ajouter Static HTML: iframe tabs à Delice-chocolat ?

Ajouter cette application à : **Delice-chocolat**

L'ajout de l'application Static HTML: iframe tabs permettra à cette dernière d'accéder à votre page d'informations de profil, à vos photos, aux informations concernant vos amis, et aux autres contenus nécessaire à son fonctionnement. L'application ajoutera également une boîte à votre page et pourra publier des actualités à propos de votre page.

[Ajouter Static HTML: iframe tabs](#) ou Quitter l'application

Static HTML: iframe tabs n'a pas été créée par Facebook. En cliquant sur « ajouter », vous acceptez les Conditions d'utilisation de la plate-forme Facebook. En utilisant Static HTML: iframe tabs, vous acceptez les Conditions d'utilisations de Static HTML: iframe tabs.

Facebook © 2012 · Français (France)

À propos de · Publicité · Créer une Page · Développeurs · Emplois · Confidentialité · Cookies · Conditions d'utilis

[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

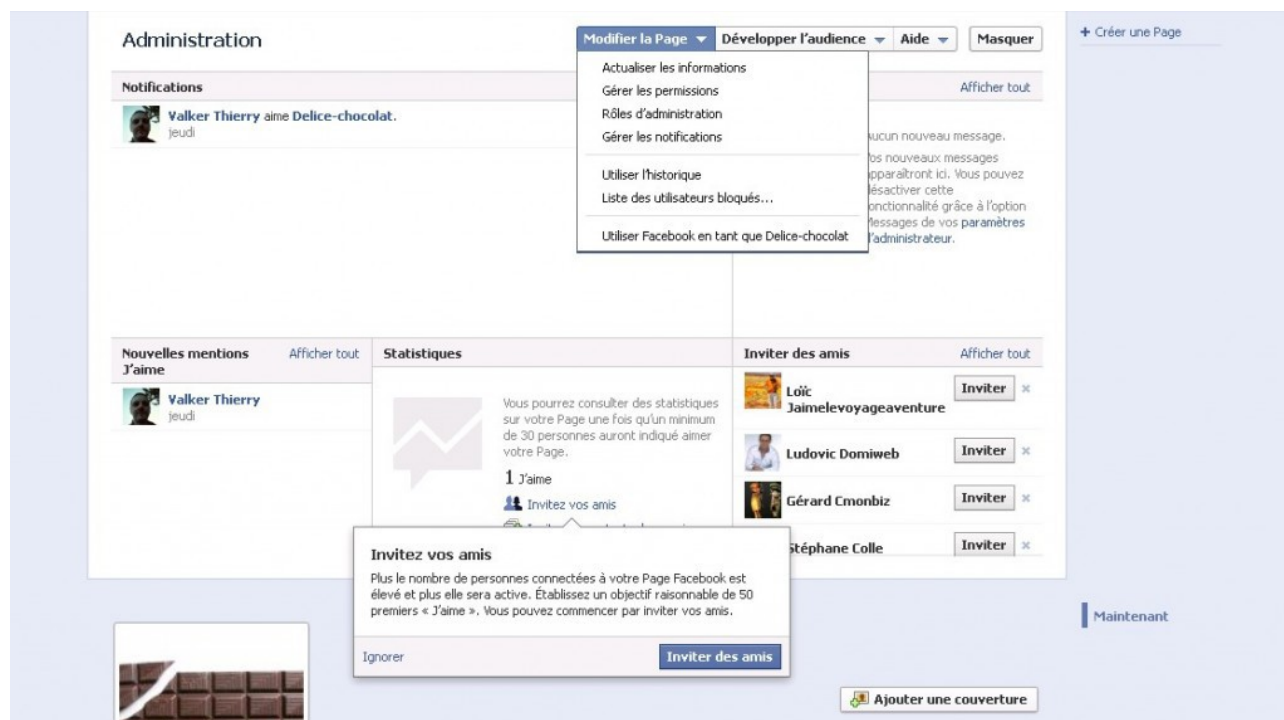
Quand vous consultez votre page fan, vous pouvez voir qu'un nouvel onglet welcome est



apparu.

Il ne reste plus qu'à le configurer.

Cliquez sur modifier la page, et rôle d'administration.



[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

Puis cliquez sur applications :



- Vos paramètres
- Gérer les permissions
- Informations générales
- Image du profil
- En vedette
- Ressources
- Rôles d'administration**
- Applications
- Mobile
- Statistiques
- Aide

Delice-chocolat

Afficher la Page

Les administrateurs de Page peuvent avoir différents rôles en fonction des besoins.
En savoir plus sur les différents rôles d'administration.

Valker Thierry
Manager
Thierry peut gérer les rôles d'administration, envoyer des messages et créer des publications en tant que la Page, créer des publicités et voir les statistiques.

Manager
Peut gérer les rôles d'administration, envoyer des messages et créer des publications en tant que la Page, créer des publicités et voir les statistiques.

Ajouter un administrateur

Enregistrer Annuler

Facebook © 2012 · Français (France) · À propos de · Publicité · Créer une Page · Développeurs · Emplois · Confidentialité · Cookies · Conditions d'utilisation · Aide

[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

Et dans iframe tabs, cliquez sur modifier les paramètres :

- Vos paramètres
- Gérer les permissions
- Informations générales
- Image du profil
- En vedette
- Ressources
- Rôles d'administration
- Applications**
- Mobile
- Statistiques
- Aide

Delice-chocolat

Afficher la Page

Applications ajoutées

Photos
Avec l'application Photos de Facebook, vous pouvez télécharger un nombre illimité d'albums dans votre profil Facebook. Vous pouvez les réarranger, les réorienter et marquer vos amis.
Accéder à l'application · Modifier les paramètres · Lien vers cet onglet

Static HTML: iframe tabs
Static HTML makes it simple to build iframe tabs for your Facebook Page.
Accéder à l'application · Modifier les paramètres · Lien vers cet onglet

Événements
Avec l'application Événements de Facebook, vous pouvez organiser des réunions et des fêtes avec vos amis, ainsi que d'annoncer les événements à venir.
Accéder à l'application · Modifier les paramètres

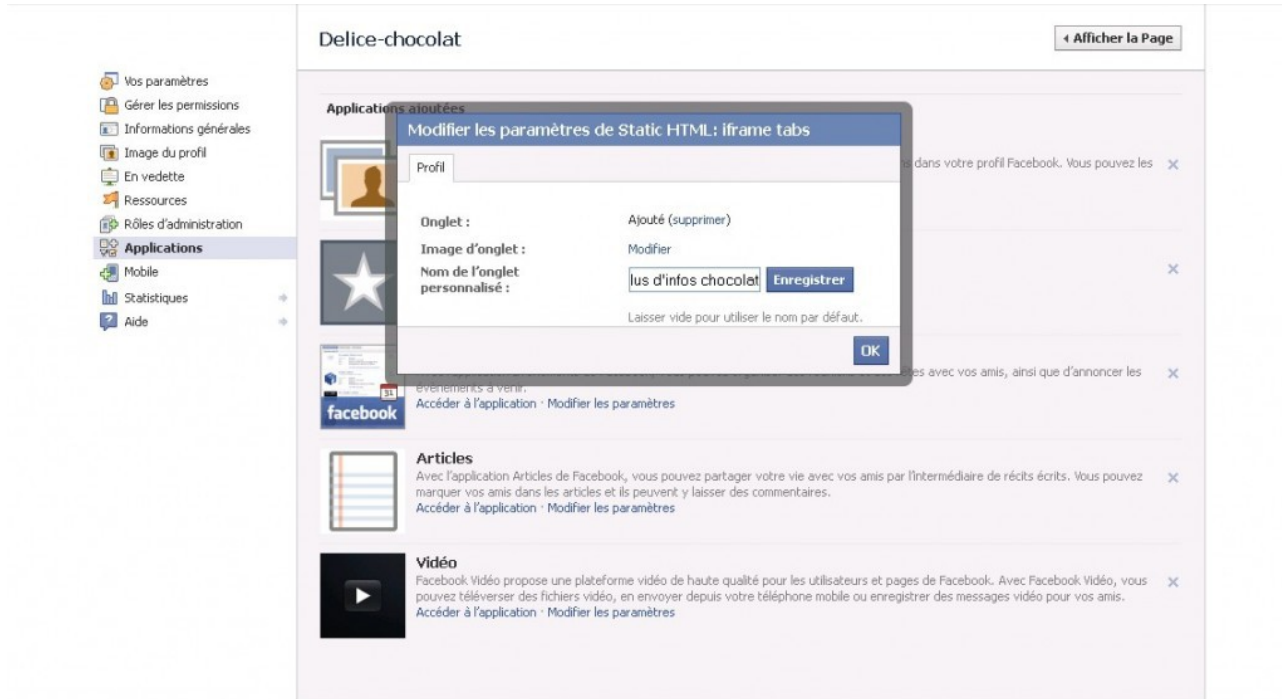
Articles
Avec l'application Articles de Facebook, vous pouvez partager votre vie avec vos amis par l'intermédiaire de récits écrits. Vous pouvez marquer vos amis dans les articles et ils peuvent y laisser des commentaires.
Accéder à l'application · Modifier les paramètres

Vidéo
Facebook Vidéo propose une plateforme vidéo de haute qualité pour les utilisateurs et pages de Facebook. Avec Facebook Vidéo, vous pouvez téléverser des fichiers vidéo, en envoyer depuis votre téléphone mobile ou enregistrer des messages vidéo pour vos amis.
Accéder à l'application · Modifier les paramètres



[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

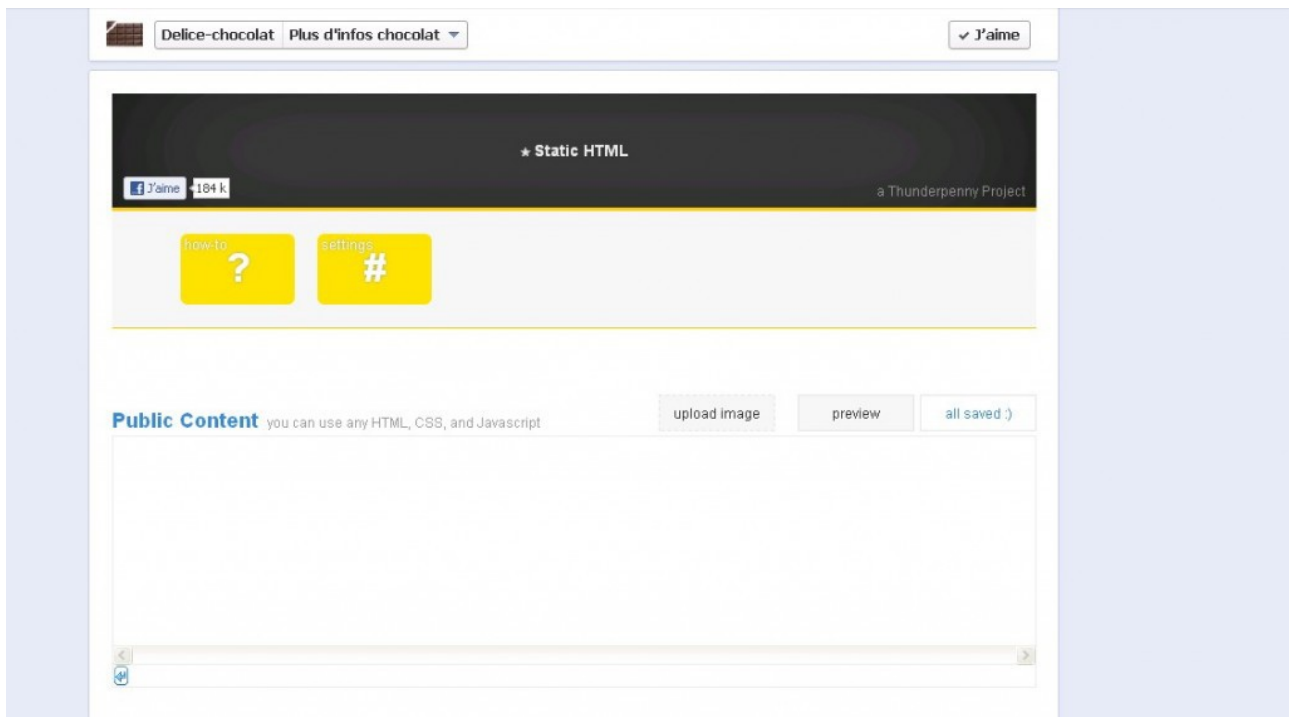
A cet endroit, vous allez pouvoir renommer cet onglet. Soyez créatif pour obtenir un maximum de clics et cliquez sur enregistrer. Votre onglet est renommé.



[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

Dernière étape, configurer votre onglet. Pour cela, vous allez retourner sur votre page et cliquer sur l'onglet en question.

Vous arrivez alors sur cette page :



[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

Il vous suffit de coller le code de votre auto-répondeur dans les deux champs public content et fans content et de cliquer sur saved change.

Pour visualiser le résultat, cliquez sur preview.

Votre onglet est configuré. Voilà mon résultat.



The screenshot shows a Facebook post from the page 'Delice-chocolat'. The post content includes the text 'Vous êtes gourmand ou amateur de chocolat' followed by 'Indiquez votre prénom et votre e-mail pour être informé régulièrement des nouveautés postées'. Below this text is a large, high-quality image of a chocolate swirl. Underneath the image is a red banner with the text 'A tout les gourmands !!!'. Below the banner is a sign-up form with two input fields: 'Prénom *' and 'Email *', both marked as required. A red asterisk with the text '*champ obligatoire.' is placed below the email field. At the bottom of the form is a red button labeled 'Je m'inscris...'. Below the button, the text 'Bonne dégustation à tous' is displayed. The Facebook interface elements like 'back', 'public', 'fans', and 'J'aime' are also visible.

[Cliquez ici](#) pour agrandir l'image.

A savoir que vous pouvez remplacer les images et le formulaire prises comme exemple par tout autre chose.

C'est une manière très simple pour obtenir un maximum d'inscriptions en proposant un cadeau par exemple.

5. Comment obtenir un maximum d'inscriptions à votre flux RSS

La première chose à faire est d'insérer un bouton d'abonnement à votre flux bien visible sur votre blog. Cela paraît évident, mais il existe encore beaucoup de blogueurs qui n'utilisent pas cette technique.

Et pour obtenir un maximum d'inscriptions, il faut exploiter différentes méthodes.

Le bouton RSS doit être visible. Si le lecteur doit commencer à chercher comment s'inscrire, vous le perdez en quelques secondes. Donc, il faut placer le bouton en haut de page.



Il doit également être visible sur toutes les pages.

Les meilleurs placements sont le header de votre blog ou la sidebar.

Si vous envoyez des e-mails régulièrement à votre liste, vous pouvez signaler l'adresse de votre flux RSS en signature pour inciter les personnes à s'abonner.

Vous pouvez aussi par exemple proposer une série de plusieurs articles à vos lecteurs. Idéalement, il faut que cette série soit d'une dizaine d'articles au minimum.

De cette façon, vous pourrez leur proposer de s'abonner à votre flux RSS pour être sûr de ne louper aucun article de cette série.

Une autre solution est de publier des articles quotidiennement. Si vos lecteurs sont intéressés par votre contenu, et qu'ils remarquent que tous les jours de nouveaux articles sont postés, la manière la plus simple pour eux de ne rien rater est de s'inscrire pour recevoir une mention à chaque nouvel article publié. La régularité paye. Et votre nombre d'abonnés augmentera petit à petit, et très régulièrement.

Une dernière solution qui peut être exploitée est la preuve sociale. En utilisant feedburner par exemple. Il s'agit simplement d'ajouter un petit logo sur votre sidebar, qui indique le nombre d'abonnés qui vous suivent déjà.

Le principe est très simple. Vos nouveaux visiteurs s'aperçoivent que beaucoup de personnes sont abonnées et considèrent donc que votre blog est intéressant. Ensuite, ils s'abonnent à leur tour. Plus vous avez de suiveurs, et plus les personnes vous suivent.

Voilà déjà quelques conseils que vous pouvez mettre en application dès maintenant pour obtenir un maximum d'inscriptions sur vos listes.

A propos de l'auteur



Je m'appelle **Thierry VALKER**, créateur du [blog marketing](#), passionné et spécialisé dans toutes les techniques de web-marketing.

Je dévoile des conseils chaque jour, comme par exemple [sur la monétisation d'un site](#), pour vous aider à progresser jour après jour.

Visitez son blog : [Business Marketing Internet](#)



Inscriptions sur mon blog : comment attirer mes visiteurs naturellement

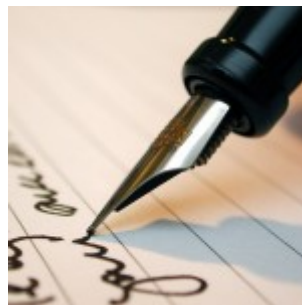
Tout blogueur recherche à attirer des visiteurs pour une visibilité maximale. En quête de commentaires ou de nouvelles inscriptions, tous les moyens sont bons pour avoir du trafic et encore du trafic, encore faut-il ne pas négliger ce qui à mes yeux est le plus important : le faire le plus naturellement du monde !

Vous allez peut être trouver cet article bien banal et bien tant pis. Je n'ai pas un trafic de folle furieuse : je suis passée en quatre mois de 645 à 1450 visiteurs au mois, avec une durée moyenne de visite de 1:01 à 3:12.

Même si mon blog n'est plus tout chaud sorti du four, j'en suis arrivée là uniquement avec ce que j'applique et bien entendu, il y a beaucoup de choses à faire encore ! Comme la liste de noms par exemple.

Voilà mes petites opérations !

1. Attirer les visiteurs grâce à son contenu et à son référencement



- En écrivant pour eux et non pour Vous

Vous écrivez sur votre blog pour donner de l'information, partager vos connaissances et vos expériences, ce sont des moyens d'attirer vos visiteurs : partager !

Si vous ne faites que leur parler argent, leur soumettre toutes les deux lignes un lien d'affiliation ou une redirection vers une page de vente, ils vont vite se lasser.

- En effectuant un bon référencement de ses articles



Le référencement c'est le challenge pour vous retrouver sans cesse sur les trois premières pages de Google, voire sur la première (oui je sais Google ... Il n'y a pas que lui sur la toile, mais bon, il faut le chouchouter un peu quand même).

Il faut bien le reconnaître, les futurs visiteurs auront plus tendance à cliquer sur les premiers liens que sur les derniers, c'est la vie, c'est comme ça !

Il vous faudra donc être attentif :

- au permalien de l'article et y éviter les « la » « de » « un » etc ... Pour ne pas être référencer sur ces mots
- au positionnement de votre mot clé principal : titre, corps de l'article (2 à 5,5%)
- à ne jamais mettre un lien vers une page externe en choisissant votre mot clé principal
- à bien espacer vos paragraphes
- à écrire le plus naturellement du monde selon votre style, avec sourire et enthousiasme.

Là déjà ... Si vos articles se retrouvent bien positionnés, c'est à mon sens la première source de visiteurs sur votre blog.

2. Partager sur les réseaux sociaux

La grande question est : **faut-il partager partout ? Pour moi NON !**

Il faut être à l'aise et maîtriser le réseau social pour partager correctement. Le choix est vaste, je n'en retiendrais que deux Google+ (grrr ... encore lui) et Twitter, même si je ne pense pas, honnêtement que les réseaux sociaux soit le meilleur moyen d'attirer des visiteurs, c'est pour moi juste un moyen de dire : j'existe ... Youhou !

Je suis là, lisez-moi ! Et ça marche !

Sur un blog vous avez la possibilité d'insérer un plugin de partage, moi j'ai choisi Sharehaolic : ludique, facile d'utilisation, paramétrable à l'extrême, suivi de statistiques (pour ceux qui ne jurent que par eux)



Un petit truc : bien mettre en évidence des petits logos pour vous suivre sur les réseaux sociaux choisis, les miens sont en haut à droite et j'avoue que depuis que je les ai installés, mes suiveurs Twitter (surtout) et Google+ sont plus nombreux (attention : n'acceptez pas tout le monde non plus).

3. Inviter vos visiteurs à s'inscrire sur votre Flux RSS

Grâce à une petite image sympathique, pour la choisir je vous conseille ce site, le visuel ne fait pas tout mais ma tasse de café me fait penser que je ne suis pas prête de finir d'en boire !

4. Ma solution ultime pour attirer mes visiteurs

Moi tout simplement et ma disponibilité. Non, je n'ai pas les chevilles qui enflent et non je n'ai pas 5 000 visiteurs par jour.

Par contre, je mets toujours un point d'honneur à contacter personnellement une personne qui s'inscrit sur mon blog, il ou elle me répond tant mieux, si ce n'est pas le cas au moins (je suis peut être naïve) ils savent que je suis attentive à toute inscription.

Je réponds aux commentaires. Si on me pose une question, j'en fais un article en guise de réponse...

Bref je n'ai pas un blog vitrine, même si j'y ai quelques pubs pour la monétisation aléatoire.

Pour résumer, si tant est que vous soyez arrivé jusque-là :

- alimenter votre blog avec votre cœur et parfois, parlez de quelque chose de différent : une aventure qui vous est arrivée ou mésaventure. Un blog peut être aussi parfois un petit journal de bord
- ayez un objectif : vous retrouver sur la première page de Google (grrr ...)
- répondez aux sollicitations même pour rendre un simple service
- partager vos articles sur les réseaux sociaux, cela fait toujours un peu de trafic
- soyez patient : la notoriété d'un blog est un travail de longue haleine et demande un investissement constant.



Non je ne vous ai pas donné le plugin tip top qui vous fera grimper au sommet, non je ne vous ai pas révélé un secret que seule moi détient, mais je vous assure que plus votre investissement sera constant et plus vous serez lu et un jour reconnu.

Pour attirer des visiteurs sur un blog il faut avant tout donner beaucoup.

A propos de l'auteur



Article rédigé par **Anne-Catherine GUERVEL**, du blog [Cyberentraide](#), qui se veut une plateforme d'entraide pour tous ceux qui commencent un blog, qui veulent référencer leurs articles, avoir des idées pour les écrire mais aussi, guider ceux qui ne savent pas comment paramétrer un blog en particulier WordPress.

Voyez par exemple la rubrique [Guest Blogging](#), qui est une porte ouverte aux échanges et très bon pour un référencement naturel et ciblé. Encore faut-il s'engager et respecter les règles, quoique sur Cyberentraide... On peut oser proposer... A vous de découvrir.

Visitez son blog : [Cyberentraide](#)



Trucs et astuces pour augmenter les inscriptions aux listes et aux flux de son site internet

Le trafic vers un site internet se décompose globalement en :

- trafic direct : les visiteurs viennent en tapant directement le nom de domaine de votre site, s'ils l'ont mémorisé.
- trafic provenant de liens sur d'autres sites (commentaires de blogs, messages sur les forums, échanges de liens ...)
- trafic provenant des moteurs de recherche
- trafic issu des réseaux sociaux
- trafic provenant de votre newsletter

Afin de ne pas être uniquement dépendant des moteurs de recherches, il est indispensable de créer une liste à qui proposer sa newsletter, ses nouveaux articles et ses produits et de diversifier au maximum ses sources de trafic.

L'essentiel est donc d'obtenir des adresses emails valides afin de pouvoir communiquer avec les personnes intéressées par le site et ses produits.

Vous l'avez bien compris, pour obtenir des ventes, et du trafic ciblé, il est essentiel de développer au maximum son nombre d'abonnés, que ce soit sur une liste, à une page facebook ou à un flux rss.

Méthode pour augmenter le nombre d'inscrits sur son blog

Pour augmenter mon nombre d'inscrits, j'utilise plusieurs méthodes combinées sur mes blogs et sites internet. Elles ne sont pas révolutionnaires, mais combinées elles peuvent augmenter de manière importante le taux d'inscriptions.

Voici donc les astuces que j'utilise pour augmenter le nombre d'inscription notamment à ma newsletter :



1. Des promesses en rapport avec la cible privilégiée

Adaptez votre discours à vos visiteurs, en tentant de vous mettre à leur place. Posez-vous des questions à leur sujet :

- Que cherchent-ils exactement ?
- Qui sont-ils ?
- Par quels mots clefs sont-ils arrivés ?
- Quelles sont les rubriques les plus lues, quels sont les thèmes les plus lus ?
- Sont-ils prêts à dépenser de l'argent ?

Tout cela vous permettra de comprendre vos visiteurs et en leur promettant ce qu'ils attendent de tenter de les inciter à s'inscrire ou à suivre l'actualité du blog, en quelque sorte à les fidéliser.

Un client fidélisé est très rentable pour une entreprise, pour preuve les cartes de fidélité dans tous les magasins. Pour un blog c'est pareil, surtout si vous comptez vendre des produits ou promouvoir quelques produits d'affiliation.

2. Des liens en bas des articles

En bas de chaque article il est possible d'ajouter un formulaire d'inscription à la newsletter. Généralement seules les personnes vraiment intéressées lisent l'article jusqu'à la fin ce qui vous assurera des inscrits « intéressés ».

Certains blogueurs ajoutent une phrase du type : « cet article vous a plu ? Recevez nos prochains articles »

Ceci permet de capter les visiteurs intéressés, à chaud, directement à la fin de la lecture d'un article intéressant.

3. Un cadeau offert pour toute inscription

Le fait d'offrir un cadeau permet d'inciter l'internaute à s'inscrire. Il pourra également se désinscrire rapidement s'il n'est venu que pour le produit offert, mais la plupart des gens restent parce qu'ils vous sont un peu redevables et parce que votre produit est de qualité.

Beaucoup offrent un petit ebook sur le sujet du blog, comme je le fais sur [top-](http://www.copywriting-pratique.com)



affiliation. C'est une méthode très efficace. Ce qui renforce encore son efficacité, c'est d'indiquer sa valeur en comparant avec des ebooks payants disponibles sur le marché, par exemple :

« Inscrivez-vous et recevez notre livre « titre du livre » valeur : 15€

4. Toute source de trafic supplémentaire augmente le nombre d'inscriptions au blog

En effet, lorsque votre taux moyen d'inscrits pour 100 visiteurs est établi et optimisé, vous pouvez augmenter ce nombre d'inscrits par jour, en augmentant votre nombre de visiteurs.

Il faut donc optimiser le trafic entrant.

Il est donc intéressant, de faire découvrir son blog autant que possible, en faisant du référencement, en participant à des événements comme celui proposé par Yvon de copywriting pratique, ou en écrivant des articles sur d'autres blogs dans le même domaine que le sien.

C'est plus une forme de symbiose qu'une forme de concurrence et c'est très profitable en terme de trafic et quasiment indépendant de l'humeur des moteurs de recherche.

5. Créer une zone membre

Cette astuce vous permet, en protégeant certains articles entièrement ou en partie, d'inciter les personnes intéressées à s'inscrire en tant que membre.

Elles pourront consulter des articles réservés aux membres, ce qui les incitera à revenir ultérieurement.

La difficulté est de relier cette inscription à l'inscription à la newsletter.

6. Exemple vécu qui m'a fait augmenter très significativement mon nombre d'inscrits sur l'un de mes sites : une newsletter parle d'un de vos ebooks gratuits

Un jour une newsletter d'un site auquel je suis abonné parlait de l'un de mes ebooks gratuit. Résultats, j'ai obtenu pendant environ une semaine un trafic plus important et surtout un nombre d'inscrits quotidiens à ma newsletter beaucoup plus important qu'habituellement.

La simple raison était la suivante : cet ebook était réservé aux abonnés. Le seul moyen rapide de le recevoir était de s'inscrire à la newsletter.



Conclusion

Parfois il ne faut pas chercher spécifiquement à augmenter le taux d'inscriptions à son site internet. Réaliser un produit de qualité ou du contenu de qualité et répondre aux attentes des internautes peut provoquer une augmentation importante des personnes intéressées par ce que vous écrivez.

Un article ou un ebook de qualité vaut 10 fois mieux qu'un de mauvaise qualité.

A propos de l'auteur



Article rédigé par **Judicaël**, blogueur depuis un peu plus de 4 ans.

Mes sujets favoris sont les moyens d'augmenter son pouvoir d'achat et d'arrondir ses fins de mois.

Sur [Top-affiliation](#) je vous donne mes conseils et vous relate mon expérience en monétisation de blogs (un peu plus de 800 euros de revenus en avril 2012) et notamment en affiliation.

Visitez son blog : [Top Affiliation](#)



Comment multiplier par 3 votre taux d'inscription web

Vous voulez augmenter le taux d'inscription à votre newsletter ? Vous devez accroître radicalement la fréquence d'adhésion à votre blog ? Vous désirez contacter les visiteurs de votre site web ?

Comment multiplier par 3 votre taux d'inscription web

Voici comment j'ai multiplié par 3 mon taux d'inscription en quelques minutes de travail.



1. Le pop up est-il mort ?

Les pop up, vous connaissez ? Ces petites fenêtres intempestives qui s'affichent sur des sites qui réalisent de la publicité pour accroître leur rentabilité. Vous y trouverez régulièrement des pubs pour un casino, un site pornographique ou encore du viagra.

Ces fenêtres pop up sont généralement automatiquement bloquées par votre navigateur et vous ne les voyez donc plus apparaître. Résultat pour votre business : aucun !

Et pourtant, de nombreux sites web utilisent toujours un système proche mais avec beaucoup plus de succès. Le pop up est mort ! **Vive le popover !**



2. Différence entre popover et pop up

La popover, également appelée ‘pop hover’, s’intègre beaucoup mieux dans le design de votre site et surtout, n’est pas bloquée par les récents navigateurs comme l’est la pop up. La popover est présente dans le code même de votre page.

Il ne s’agit pas d’un appel à une fenêtre extérieur.

3. Avantage de la popover : Faites x 3

J’utilise la popover sur ce site (blog.targuzo.com) et une partie de mon site principal ([Cours de marketing management](#)) depuis octobre 2011, depuis environ 8 mois. Je peux vous assurer que ses résultats en termes d’inscription sont plutôt stupéfiants.

J’affichais un formulaire d’inscription sur mon site depuis 1 mois. En mettant cette popover, **le taux d’inscription à augmenté de 300%**.

Prodigieux non ? Et encore, ce taux peut encore être accru en modifiant, par exemple, mes textes d’accroche.

4. L’internaute en a marre !

Les gens ont l’habitude de voir des petits formulaires d’inscription sur des pages web. C’est aujourd’hui un réel challenge d’y attirer l’attention de l’internaute et de l’inciter à s’inscrire. Il leur est très souvent indifférent et ne les vois pas réellement.

L’astuce : trouvez le moyen d’attirer son attention. **Qu’est-ce qui vaut la peine de le distraire ?** Tout le monde n’appréciera pas votre pop over alors pensez toujours à vos visiteurs.

Secrets pour augmenter radicalement votre taux d’inscription

Si vous ne proposez que d’abonner l’internaute à votre newsletter, vous n’obtiendrez que peu d’inscrits. **Le secret est d’offrir un cadeau** dont il pourra bénéficier directement. Vous ne savez qu’offrir ? Voici quelques idées :

- **E-book** en relation avec la thématique de votre site (c’est le cas de mon site où je propose par une fenêtre popover et dans l’encadré situé en haut à droite de mes pages un e-book marketing gratuit : les grandes théories du marketing)
- **Coupon de réduction**, ce qui est très utile sur les sites e-commerce
- **Cours gratuit**, donné en plusieurs chapitres par email pour fidéliser vos visiteurs



- **Lien vers une offre spéciale**, vers laquelle on ne peut parvenir autrement. Ceci permet à vos 'clients' de se sentir privilégiés.
- **Rapport spécial**, non disponible par défaut sur votre site

1. Cadeau : ebook marketing traditionnel

Sur mon site et blog, je propose de s'inscrire pour recevoir **mon ebook sur les Grandes théories du marketing**.

(Remarque : il ne s'agit pas de marketing internet mais bien de marketing 'traditionnel') Le taux d'inscrits est relativement important puisqu'il y a ce cadeau à la clé.

Une fois la personne inscrite, elle reçoit un email pour vérifier l'authenticité de cette inscription et son ebook.

Ses informations, adresse email et prénom, sont stockées dans un autorépondeur. L'inscrit reçoit alors régulièrement des infos sur le marketing, la stratégie d'entreprises, leurs actions, ... sur un tas de sujets tournant autour du marketing puisque c'est ce qui intéresse les personnes demandant pour recevoir mon ebook.

Rappelez-vous que la meilleure façon d'accroître votre taux d'inscription est d'offrir plus qu'une simple newsletter. **Proposez un cadeau avec une réelle valeur ajoutée.**





2. Boostez encore plus votre taux d'inscription

Vérifiez que votre popover ne s'affiche **pas sur toutes les pages** parcourues par un même visiteur. S'il est déjà passé quelques jours plus tôt sur votre site, empêchez également cette popover.

Pensez à incommoder le moins possible votre lecture. Inutile de lui rappeler toutes les pages ou tous les jours qu'il peut s'inscrire ... Il trouvera de toute manière votre encart, présent lui sur toutes vos pages.

Ne vous attachez pas uniquement aux popover pour capturer plus d'inscription. Affichez également votre formulaire sur toutes vos pages, sur votre barre latérale par exemple.

De cette façon, même si le lecteur ne s'inscrit pas lors de l'affichage de votre popover, il pourra le faire via votre formulaire figurant à l'intérieur même de vos pages.

Pensez à rendre **ce formulaire facilement accessible** et visible. Pourquoi ne pas l'afficher en haut de votre barre latérale ?

Demandez le minimum d'information pour inciter plus de personnes à s'inscrire. Sur mon site par exemple, 2 popover s'affichent par alternance. L'un vous demande seulement votre adresse email et l'autre demande également votre prénom.

La première version est statistiquement plus souvent complétée. Elle connaît 30% d'inscriptions supplémentaires.

Plus vous demanderez d'info, moins d'inscriptions vous obtiendrez.

Rappelez-vous que vous devez offrir votre cadeau immédiatement après que l'adresse email soit confirmée. Ceci évite aux personnes inscrites de se sentir 'arnaquées'. Utiliser un autorépondeur est un très bon moyen d'automatiquement envoyer votre cadeau.

3. Outils de création et gestion popover

Une fois les infos sur votre visiteur obtenues, vous voulez en faire quelque chose. Vous voulez le contacter pour l'avertir de vos promotions, lui faire une offre personnalisée, ...

Si vous gérez votre liste et envois d'email manuellement, vous vous rendez compte du temps que cela prend. Pensez à investir dans un **autorépondeur**.

Et vous, utilisez-vous un système de popover ? Lequel ?



Quels bénéfices en tirez-vous ?

A propos de l'auteur



Spécialisé en [marketing](#), Patrice DECOEUR anime une équipe aux compétences aussi diverses que l'e-marketing, le développement web ou la rédaction multilingue.

Sa spécificité n'est pas de vendre des sites web mais d'associer une démarche marketing complète, qui va de l'établissement de votre stratégie d'entreprise à sa déclinaison sur internet.

Ses valeurs principales ? L'écoute, la passion et la confiance.

Pour offrir des prestations à la mesure de vos besoins, il travaille avec des partenaires compétents et réunis autour de la même philosophie.

Fondateur de l'agence webmarketing Targuzo, Patrice, master in international marketing & e-business aux HEC, est expert en référencement et marketing internet.

Homme spécialiste web, il coordonne les projets et agit principalement comme consultant marketing.

Patrice est le principal rédacteur du blog [Marketing pour Gagner](#), traitant du marketing traditionnel et de l'e-marketing.

Visitez son blog : [Targuzo](#)



Comment avoir plus de fans sur sa page Facebook

1. Chronique d'un désert annoncé

L'autre jour, une entrepreneur se plaignait de ne pas avoir beaucoup de likes sur sa page Facebook.

Prise d'un accès de pitié, me voilà sur sa page.

Sauf que vous savez quoi ? Sa page, c'était le Sahara au mois d'août. Un désert absolu.

Un statut tous les mois au maximum. Et que de la promo pour son business à elle.

Quel intérêt pour moi de m'abonner à sa page ?

Aucun.

Le plus beau, c'est que la plupart des gens sont comme moi. Un peu égocentrique sur les bords. (Ok, moi plus que les autres, mais pas de beaucoup.)

2. Ce que veulent les visiteurs

Au final, on fait tous les choses parce qu'on y voit un intérêt pour soi.

Réfléchissez un peu à la dernière fois que vous avez « liké » une page Facebook. Je vous parie que ça tombait dans une des catégories suivantes :

- **Soit c'est un ami (ou une marque que tu aimes bien) qui vous l'a demandé** et vous l'avez fait pour lui faire plaisir. Votre récompense, c'est les petits papillons de bonheur que vous avez ressentis dans le fond de votre ventre à l'idée de soutenir quelqu'un que vous aimez bien.
- **Soit c'est parce que le sujet de la page vous intéressait** et que vous aviez envie d'en apprendre plus. Votre récompense : des liens intéressants/divertissants sur un sujet qui vous intéresse. Comme [des vidéos de chats](#). Ou [des photos de chiens](#). (Je ne juge pas. Chacun ses goûts.)
- **Soit c'est parce que la page organisait un chouette jeu concours** et qu'il fallait



cliquer like pour participer. Votre récompense : avoir le droit de participer à un concours. (Que vous n'avez pas gagné parce que le blogueur a fait gagner son meilleur ami en « tirant au sort ». Mais là n'est pas le sujet.)

- **Soit c'est votre patron, ou quelqu'un qui vous paye, qui vous l'a demandé.** Et vous le faites pour... continuer à être payé. Votre récompense : des pépettes.

Alors non, je ne vous dis pas qu'il faut que vous payiez les gens pour qu'ils deviennent fan de votre page Facebook. Même si ce genre de service existe (eh oui, ma bonne dame, on vit dans un monde où on peut payer des Pakistanais pour cliquer Like sur votre page...), ce n'est pas la meilleure manière d'avoir des fans.

Parce que ce que vous voulez, c'est des fans dans le premier sens du terme. Avant que Facebook ne galvaude ainsi ce mot. Des fans qui aiment ce que vous faites, ce que vous proposez, ce que vous représentez. Pas juste des numéros sur un compteur de « fans ».

3. Pensez en termes de récompense

Et pour ça, il faut mettre en avant la récompense que vous êtes en mesure de leur offrir !

Par exemple :

- **Organiser un jeu concours.** J'utilise régulièrement cette tactique et ça fonctionne très bien. Si vous fabriquez des bijoux par exemple, vous allez proposer un de vos produits à gagner, ou un bon d'achat. (En respectant les règles de Facebook rapport aux jeux concours, hein ? S'agit pas de se faire supprimer sa page...)
- **Publier (régulièrement !) des liens et/ou des photos intéressants.** Si vous êtes photographe de mariage, par exemple, vous savez que les futures mariées ont envie de voir de jolies photos de mariage ! Alors publiez-en souvent sur votre page ! (En surimposant votre nom sur toutes les photos, hein ? Parce que le but c'est que ça tourne !)
- **Répondre aux questions.** Si vous êtes coach beauté, par exemple, vous pouvez proposer régulièrement à vos fans de vous poser des questions. Consultation gratuite ! Elles vont adorer !

Et une fois que vous avez trouvé la récompense à mettre en avant, il faut demander aux gens de s'abonner en leur expliquant pourquoi ils devraient le faire !



4. Demandez !!

Je répète. Il faut demander aux gens de s'abonner.

Arrêtez d'espérer que les gens vont juste comprendre d'eux-même ce que vous avez à leur proposer. Vos clientes ont des vies bien remplies à gagner leur vie pour acheter vos bijoux. Vos futures mariées passent beaucoup de temps à envoyer balader leur belle-mère. Vos fashion victimes sont occupées à lire tous les magazines pour être au top du top de la mode.

Elles ont autre chose à faire que de s'abonner à votre page Facebook ! Il faut leur vendre votre récompense :

- « Cliquez j'aime pour participer au concours et gagner un collier d'une valeur de 90€ »
- « Vous aimez les photos de mariage ? J'en publie tous les jours sur ma page ! Cliquez j'aime pour vous abonner. »
- « Je publie tous les jours des bons plans fashions, abonnez-vous pour en profiter ! »

Et hop ! Vous voilà avec une tripotée de vrais fans. (Un peu égocentriques, certes. Mais sympas quand même.)

C'est gagné !

(Oui, être mompreneur c'est aussi ça : travailler tellement souvent avec [Dora l'Exploratrice](#) qui passe en boucle à côté, que vous vous mettez à penser que c'est normal de chanter « C'est gagné » en sautillant quand vous êtes contente...)

A propos de l'auteur



Article écrit par **Anne Delacour**, qui aide les mompreneurs débordées à gérer famille et business sur son blog [Maman Entrepreneur](#). Et à en rire aussi, tant qu'à faire.

Visitez son blog : [Maman Entrepreneur](#)



Séduire le visiteur pour qu'il s'inscrive sur votre blog

Paraphrasant le nom d'une formation de Web marketing à succès, le titre de cet article s'est imposé à moi comme une évidence.

C'est aussi bien sûr un gros clin d'œil !

Je vais donc aujourd'hui sortir (un peu) de ma thématique habituelle, mais en fait, pas tant que ça, vous allez comprendre.

Car il s'agit, dans le cadre de cet évènement, de dévoiler quelles sont nos astuces pour faire en sorte que nos visiteurs s'inscrivent (massivement si possible !) sur nos blogs, sites, flux RSS, réseaux sociaux...

En fait, il n'y a pas de miracle (et peut-être même pas d'astuces du tout !), seulement quelques petites choses auxquelles il faut être particulièrement attentif, me semble-t-il.

Soyez déjà certains d'une chose : ce ne sont pas les gadgets que vous pourrez utiliser qui feront le boulot. Je dirais même que les gadgets sont tout à fait accessoires, voire totalement inutiles.

Finalement... à quoi se résument toutes les démarches et stratégies que vous allez mettre en oeuvre pour que vos visiteurs s'inscrivent chez vous ?

Mmmhhhhh... je vous fais languir !

Allons... vous donnez votre langue au chat ?

Non non, n'allez pas chercher midi à quatorze heures : il s'agit de **séduction**, ni plus ni moins.

Entendons-nous bien : rien de scabreux ici. Comprenez juste que lorsque vous donnez votre **consentement**, que ce soit pour vous inscrire quelque part ou pour acheter quelque chose, c'est **que vous avez été séduits par la proposition qui vous a été faite**.

Rassurez-vous, je n'ai pas prévu pour l'occasion de me lancer dans une danse du ventre effrénée, mais il se trouve que justement, je me souviens d'un petit plugin dont le nom est **Lap Dance** et dont le seul but est de récolter des inscriptions massives. Comme



quoi... !

Ceci dit, faire référence à une danse hautement suggestive lorsqu'on emploie des méthodes assimilables à du « rentre dedans » me gêne un peu.

Car ce plugin fait partie de cette catégorie d'outils qui permettent d'envoyer un popup à la figure des visiteurs moins de 10 secondes après leur arrivée, alors qu'ils sont tout gentiment et tout pacifiquement en train de découvrir un blog...

Autant le dire tout de suite : j'assimile cette technique à une agression et je la désapprouve malgré cette « pensée unique » uniformisante qui amène de très nombreux blogueurs à mettre ce genre de dispositif en place parce qu'ils ont lu quelque part que c'était le meilleur moyen de récolter des inscriptions à la pelle.

J'ai conscience que ce sujet est hautement polémique, et je ne tiens pas à raviver ici le feu qui a pu embraser d'autres blogs, mais j'émets cet avis à contre-courant d'autant plus sereinement que je pense qu'on se trompe lourdement en s'y prenant de cette manière.

J'en reparlerai plus loin.

Mais venons-en au fait.

Au fond, **pourquoi vos visiteurs s'inscriraient-ils chez vous ?**

Plus précisément : qu'est-ce qui, dans ce que vous proposez, va les séduire suffisamment pour qu'ils décident de laisser leurs coordonnées dans un formulaire d'inscription ?

1. Votre thématique ?

Oui, certainement. Mais ça ne suffira pas en soi. Des dizaines, peut-être même des centaines de personnes parlent de la même chose que vous.

Naturellement, plus votre thématique concerne un secteur « critique » dans lequel beaucoup de gens cherchent avidement de l'information, et meilleures seront vos chances de recueillir des inscriptions massives.

La contrepartie de ça, vous l'avez deviné, c'est que la **concurrence sera sauvage !**



Vous pouvez donc déjà commencer à cogiter sur la manière dont vous allez vous démarquer.

2. Vos connaissances (voire votre expertise) dans cette thématique ?

Oui, évidemment. Et dans ce sens, vous avez tout intérêt à développer un versant très personnel de tout ce que vous connaissez sur votre sujet avec **la plus grande plus-value possible**.

Tout ce que vous pourrez développer **que personne ne développe ailleurs** sera un atout important.

3. La qualité de vos textes ?

Oui, ab-so-lu-ment ! On ne le dira jamais assez : vos textes doivent être irréprochables.

Même si vous n'êtes pas une bête en rédaction, ce sera toujours moins mal perçu que si vous présentez des textes non corrigés.

Et ne venez pas me dire que « oui d'accord, mais il faut payer un correcteur, ça fait des frais, j'ai pas les moyens »...

Désolée, je vais être un peu brutale : si vous n'êtes pas en mesure de faire cette dépense minime (j'insiste : mi-ni-me) pour vous assurer que vos textes soient nickel afin d'offrir à vos visiteurs ce qu'ils sont en droit d'attendre, c'est-à-dire **la meilleure qualité rédactionnelle possible**, alors cessez de publier, sur le Web ou ailleurs.

Si vous voulez que vos visiteurs éprouvent du **respect** pour vous et soient séduits par ce que vous exprimez au point de vouloir s'inscrire chez vous, commencez par les respecter eux aussi en ne les faisant pas souffrir avec des textes illisibles !

4. L'originalité de vos articles ?

Oui, bien sûr. Évitez le « sujet bateau » déjà vu ailleurs des dizaines de fois.

Si toutefois un sujet de ce genre vous semble incontournable, eh bien justement : contournez-le, tournez-le à votre avantage en l'abordant par un angle inédit, personnel, créatif.

Réinventez-le !



5. La qualité de votre design ?

Non, pas directement. Enfin je veux dire que ce n'est pas parce que votre charte graphique est sublime que ça fera exploser vos inscriptions.

La qualité graphique de votre site ou blog donnera quand même des indications sur vos goûts personnels et pourra jouer un rôle au niveau de la **sensibilité visuelle** de vos visiteurs qui se sentiront proches ou pas de votre univers esthétique.

Ce n'est donc pas quelque chose d'accessoire.

Mais ce qui aura beaucoup plus sûrement un impact important, c'est **la clarté** de votre site, **la facilité à trouver les informations** que vos visiteurs cherchent, **l'ergonomie**, **le confort de lecture**, le petit côté « **on se sent bien chez vous**, on a envie d'y rester longtemps et d'y revenir »...

Et surtout : pas de pubs animées qui clignotent dans tous les coins ! Ou alors, annoncez la couleur : dites que votre site n'existe que pour vous faire gagner de l'argent, ça aura au moins le mérite d'être franc et vos visiteurs sauront à quoi s'en tenir.

Le design de votre site doit être **le reflet** de ce que vous faites, de ce que vous êtes, il concourt à **vous identifier** sur le Web parmi des millions d'autres sites.

Présentez quelque chose qui **vous ressemble**, c'est important. D'autant plus important si vous souhaitez interagir avec vos visiteurs et abonnés.

Par exemple, ne prenez pas une charte graphique très « corporate » si votre personnalité est totalement à l'opposé ! Il y aura comme **une dissonance** entre vos écrits et l'environnement visuel dans lequel ils se situent.

Vos visiteurs le sentiront et cela ne pourra pas aller en faveur d'une adhésion confiante à ce que vous leur proposez.

Si vous êtes en mesure de créer ou de faire créer votre propre thème graphique (ou template), si vous êtes capables au minimum de modifier un modèle existant, c'est excellent, faites-le.

Extrêmement important aussi : la possibilité pour vos visiteurs de ne pas avoir à chercher où peut bien se trouver ce fichu formulaire d'inscription. **Rendez-leur la vie douce et facile !**



Les meilleurs endroits pour placer votre proposition d'inscription : en haut de la barre latérale de votre blog ou site et en-dessous de chacun de vos articles.

Il va de soi que vos visiteurs seront plus enclins à s'inscrire après avoir lu un de vos articles et découvert ce que vous faites plutôt qu'avant, c'est logique.

6. Les cadeaux que vous offrez ?

Oui, peut-être. Mais alors là... faites bien attention !

L'ebook de base qui prétend dévoiler les secrets des dieux : oubliez, ça ne fait plus kiffer personne sauf ceux qui étaient en vacances sur Mars depuis avant l'invention du Web !

Ça a pu fonctionner à une certaine époque, mais comprenez bien que la méthode est assez largement éculée maintenant.

Et franchement, **la confiance de vos visiteurs vaut beaucoup plus que ça.**

Si vous voulez offrir quelque chose en échange d'une inscription, **offrez beaucoup plus qu'un ebook**, cherchez quelque chose d'original et de **grande valeur** que personne d'autre n'offre : une mini-formation, des tutoriels, des plugins, des logiciels...

Au besoin, créez quelque chose de votre cru, comme les collections de lettrines que j'ai créées à l'occasion d'un tout récent article.

7. Un espace membres ?

Oui, oui, cent fois oui.

Rien ne vaut selon moi un espace membres dans lequel vous allez proposer des ressources accessibles à vos seuls abonnés. Pensez à « l'effet VIP », c'est puissant.

J'ai toujours fait ça sur plusieurs autres sites, et à mon avis, c'est bien le minimum que l'on puisse offrir à nos visiteurs si on sollicite leur inscription.

Vous vous dites peut-être que c'est super compliqué ? Non, franchement, il n'y a rien de plus simple à faire et il n'y a aucune limite à ce que vous pouvez offrir dans un espace membres.



Si vous développez un blog WordPress, un simple plugin gratuit comme [Members](#) peut très largement suffire. Il en existe des tas d'autres, à vous de voir en fonction de vos besoins.

Cela vous donnera la possibilité de **réserver certaines pages et articles à vos abonnés**. Vous pouvez même masquer une partie d'un article qui ne sera accessible qu'à vos inscrits connectés : n'importe quel autre visiteur sera **obligé de s'inscrire** pour lire la totalité de votre article.

Si vous avez un site statique, ce n'est pas plus difficile à faire : créez des pages dans un sous-dossier à l'intérieur de votre site et protégez-les (à partir de votre hébergement) par un mot de passe que vous communiquerez à vos inscrits.

Quant à ce que vous pouvez mettre dans votre espace membres, c'est simple, regardez dans la barre latérale à titre d'exemple :

- j'ai créé une section spéciale de plusieurs pages sur le thème « Les outils de la couleur »,
- je donne accès à un autre espace membres que j'avais déjà créé il y a plusieurs années et qui contient des centaines de ressources graphiques gratuites,
- je mets à disposition l'utilisation libre d'un script de création de bannières,
- j'ai mis quelques tutoriels vidéo qui ne sont pas disponibles ailleurs,
- j'ai récemment ajouté plusieurs collections de lettrines... et il n'y a aucune raison pour que je n'ajoute pas d'autres choses au fil du temps...

Cet espace membres existait déjà avant que je connaisse Yvon, mais je ne peux pas ne pas signaler que j'ai utilisé [sa méthode](#) pour afficher dans la barre latérale non seulement le formulaire d'inscription, mais aussi tous les avantages réservés aux membres et le prénom de chaque inscrit quand il est connecté.

Ça demande d'aller faire quelques petits aménagements dans le code source de votre blog, mais ce n'est pas bien méchant. En prenant son temps, tout le monde est capable de le faire.

J'en viens maintenant à quelques commentaires à propos des gadgets que vous pourriez avoir envie d'utiliser.



8. *Popup ou pas popup ?*

J'en ai déjà parlé plus haut et vous avez compris que je me range plutôt du côté des « contre ».

Attention : je ne dis pas que vous ne récolterez pas d'inscriptions en utilisant un popup. Dans l'absolu, ça fonctionne.

Mais j'aimerais que vous songiez un instant à **toutes les inscriptions que vous perdez...** et à tous les visiteurs que vous aurez **dégoûtés** à tout jamais de venir sur votre blog parce qu'ils se sont sentis **agressés** alors qu'ils ne savent même pas qui vous êtes et ce que vous faites...

C'est bien simple : pour ma part, quand ça m'explose à la face alors que je viens juste d'arriver et que je suis encore très loin de me demander si je vais vouloir m'inscrire, c'est trop tard, car je suis déjà partie !

Il faut dire que je visite des dizaines de blogs toutes les semaines, alors je n'ai que l'embarras du choix. Et dans ces conditions, si on commence par m'agresser, le choix est vite fait.

Maintenant, si vous voulez absolument mettre un popup, parce que vous trouvez que « ça fait cool » ou bien parce que vous suivez aveuglément les conseils de ceux qui disent que c'est indispensable, ma foi, je ne vais pas vous contrarier.

Mais... avez-vous seulement pensé que vos visiteurs seraient peut-être mieux disposés à s'inscrire une fois qu'ils auront découvert ce que vous avez à proposer, éventuellement, **juste avant qu'ils s'en aillent ?**

S'ils ont aimé ce qu'ils ont vu, ils seront très certainement **contents de s'inscrire**.

Et c'est bien tout ce que vous voulez, non ?

9. *Et pourquoi pas un petit slideup discret ?*

Voilà un autre procédé qui attire l'attention sans pour autant agresser vos visiteurs.

Le « truc qui bouge » sur votre site, c'est juste histoire d'activer un réflexe un peu archaïque chez tous les êtres vivants, tout bêtement : dans un environnement statique, on est forcément réactif à un élément soudainement mouvant.



C'est efficace et assez peu intrusif. En tout cas, ça ne perturbera pas vos visiteurs plongés dans la lecture d'un de vos articles, c'est déjà ça.

Ça permet de leur faire savoir que vous seriez heureux de les compter parmi vos fidèles au cas où ils seraient passés à côté de votre proposition d'inscription située dans votre barre latérale par exemple.

D'ailleurs, si c'est la première fois que vous venez sur ce blog, vous avez dû en voir un en bas de l'écran. C'est un script (issu d'un site sur lequel je suis inscrite) que j'ai installé il y a longtemps et que je retirerai peut-être un jour, car il fait double-emploi avec mes autres dispositifs.

Mais maintenant, il existe des plugins qui offrent d'autres possibilités, notamment celle de faire apparaître le slideup sur le côté de votre blog. J'ai déjà eu l'occasion d'en présenter plusieurs sur ce blog.

Voilà, j'arrive au bout de ce que j'avais envie de transmettre à l'occasion de cet évènement inter-blogueurs.

Le sujet est vaste en lui-même parce que, s'il n'a été question aujourd'hui que des meilleurs moyens pour obtenir que les visiteurs de vos blogs ou sites s'inscrivent chez vous, il y aurait encore beaucoup à dire sur le « pourquoi », sur la finalité de tout ça.

Mais c'est un autre sujet.

Pour conclure...

Finalement, qu'est-ce qui va vous permettre de vous distinguer et d'attirer à vous des personnes intéressées par ce que vous faites ?

Le talent, le travail acharné, l'originalité, la créativité.

Comprenez bien que plus votre niche est concurrentielle, et plus vous devrez être créatifs, originaux, uniques.

Au fond, que vous utilisiez des popups, des slideups ou tout autre procédé pour inciter vos visiteurs à s'inscrire sur votre blog, cela ne changera rien au fait que vous devez impérativement faire un effort pour proposer à vos visiteurs quelque chose qu'ils ne trouveront pas ailleurs et pour faire en sorte qu'ils se sentent bien « chez vous ».

Et si on s'arrête un peu cinq secondes : qu'est-ce que ça signifie, vouloir que vos



visiteurs s'inscrivent en masse chez vous ?

Que préférez-vous : construire votre audience dans la durée, une audience qui apprécie vraiment ce que vous faites ? Ou vous dépêcher, par tous les moyens, d'obtenir une « grosse liste » de personnes qui ne sont pas vraiment à l'écoute ?

Je pense que ça mérite d'y réfléchir sérieusement.

Bref, si votre objectif est de recueillir l'inscription de personnes qui seront réceptives à ce que vous proposez, ne soyez pas trop pressés, ne les brusquez pas en leur faisant du « rentre dedans ».

Travaillez, faites vos preuves, soyez patients et surtout : commencez par être généreux.

A propos de l'auteur



Forte de ses nombreuses expériences en [matière rédactionnelle](#) et de sa passion pour le graphisme et la typographie, Alexandra LEMONNIER sélectionne sur son blog [Ressources Webdesign](#) les meilleurs outils pour vous encourager à améliorer votre image sur le Web.

Visitez son blog : [Ressources Web Design](#)



La page sur laquelle j'ai 25% d'inscriptions à ma newsletter



Augmenter les inscriptions à votre newsletter, voilà une de vos préoccupations légitimes. Avoir **plus d'inscrits** veut dire avoir **plus de monde** qui vient lire vos articles et potentiellement plus de monde qui achète vos produits.

En bref, augmenter vos inscriptions ne devrait pas vous faire de mal, c'est plutôt l'inverse même.

Sur ce blog, j'ai mis en place un « tunnel » qui me permet de **convertir un visiteur sur quatre en abonné**. Cette méthode, j'ai décidé de la partager avec vous et de vous expliquer comment la mettre en place sur votre blog.

La bonne nouvelle c'est que si vous utilisez WordPress, c'est **facile et très rapide** à mettre en place. Prêts ? C'est parti !

1. Garder les visiteurs dans un flux d'action

Cédric en parlait dans cet article sur [comment augmenter ses ventes sans avoir plus de visites](#), il est important de tirer profit des visiteurs qui sont dans **un flux d'action**. Ces visiteurs sont ceux qui viennent de « faire quelque chose » sur votre blog, c'est-à-dire qu'ils sont allés plus loin que la simple lecture de vos articles.

L'action qui va nous intéresser aujourd'hui est **le commentaire**. Vous avez sûrement quelques commentaires que vos visiteurs laissent sur vos articles.

Certains sont des réguliers, ils réagissent presque à chacune de vos publications et



d'autres sont plus discrets, ils se contentent de commenter certains de vos articles.

Ceux deux types de visiteurs ont un jour démarré au même point : ils vous ont laissé **leur premier commentaire**. Ils sont alors passés de simples lecteurs à acteurs des réactions suscitées.

Je ne vais pas vous pas faire toute une montagne sur cette étape mais elle est importante, c'est une transition dont vous pouvez bénéficier et que vous pouvez utiliser pour augmenter les inscriptions à votre newsletter.

2. Remercier après un premier commentaire

Comme je vous le disais au début de cet article, il y a une page sur ce blog qui recueille 25% d'inscrits à ma newsletter. Cette page c'est la page sur laquelle **je remercie ceux qui m'ont laissé un commentaire pour la première fois**.

Ils viennent de passer de lecteurs à acteurs, c'est un moment dans lequel ils sont dans un flux d'action. Mon idée a donc été de les garder dans ce flux d'action et de leur proposer de **rejoindre les abonnés de PubContact**.

Pour mettre en place cette procédure, c'est très simple. Il vous suffit de télécharger le plugin [Comment Redirect](#) et de l'installer sur votre blog WordPress. Ne l'activez pas pour l'instant il faut d'abord créer votre page de remerciement.

Créez donc votre page de remerciement en faisant attention à **l'exclure de votre liste de pages affichées**. Sur certains thèmes (dont le mien), les pages que vous créez viennent automatiquement s'ajouter dans un menu spécial.

Pour PubContact, elles sont tout en haut, au-dessus du header. Votre page de remerciement ne doit logiquement pas apparaître à cet endroit, il vous faut donc la cacher. Pour ça, le plugin [Exclude Pages](#) fait très bien l'affaire.

Il va **ajouter une case** que vous pouvez cocher ou décocher quand vous rédigez vos pages. Cette case va définir si la page que vous êtes en train de créer sera affichée ou non avec les autres.

Sur votre page de remerciement, vous pouvez indiquer à vos lecteurs que leur commentaire est **en cours de validation** et qu'il sera publié rapidement.

Vous pouvez dans la foulée embrayer sur votre mailing list et **leur proposer de s'y inscrire** en listant les avantages qu'ils peuvent y trouver (cadeau de bienvenue, articles



exclusifs, etc...).

Pensez bien à **créer un formulaire pour l'occasion** que vous ajouterez juste sous le votre texte de remerciement histoire que vos visiteurs voient tout de suite comment ils peuvent s'inscrire.

3. Pourquoi remercier uniquement après le premier commentaire

Sur mon blog, j'ai fait le choix de ne faire cette redirection vers la page de remerciement que **lors du premier commentaire**. J'aurais pu mettre en place cette page pour chaque commentaire laissé mais je trouve ça trop rébarbatif et redondant.

A mon avis, les visiteurs ont besoin **de nouveautés** pour être intéressés.

Si vous les renvoyez encore et toujours vers la même page, c'est comme si vous leur mettez encore et toujours les mêmes pubs sous les yeux. Au bout d'un moment [ils ne les voient plus](#).

Voilà donc pour cette astuce qui devrait vous prendre au pire **30 minutes** pour :

- Télécharger et installer le plugin [Comment Redirect](#)
- Rédiger le texte de votre page de remerciement
- Créer un formulaire pour pouvoir s'inscrire depuis cette page

Comme la procrastination est le meilleur ennemi du blogueur, pensez à faire ça **tout suite avant d'oublier !**

A propos de l'auteur



Je m'appelle Robin MALLEIN et je vous propose sur mon blog PubContact.com un conseil tous les jours à 8 heures pour développer votre blog et pour le monétiser.

Si pour découvrir PubContact je devais vous conseiller la lecture d'un article, ça serait celui-ci : [les 6 idées pour monétiser votre blog](#).

Visitez son blog : [Pub Contact](http://PubContact.com)



Renforcez ce qui fonctionne et changez ce qui ne va pas : 7 astuces pour obtenir plus d'abonnés

L'article du jour participe au nouveau concours lancé par Yvon Cavelier de [Copywriting pratique](http://www.copywriting-pratique.com).

Le thème du jour : « **Mes techniques ou mes astuces préférées pour que mes visiteurs s'inscrivent sur mon blog, mon site, mon flux RSS, ou sur mes profils de réseaux sociaux** ».

Voilà un sujet intéressant :

Si je devais résumer l'approche à adopter en une phrase ca serait :

Pour obtenir plus d'abonnés, il faut renforcer ce qui va et changer ce qui ne va pas.

Encore faut-il le savoir. Cela nous mène tout droit vers mon astuce n° 1...

1. Mesurer, mesurer et encore mesurer

L'information est le nerf de la guerre. Je ne vous apprend rien.

Il n'est pas possible de mettre en place des stratégies pertinentes s'il n'y a pas un minimum d'analyse en amont.

C'est grâce à cette analyse que vous allez pouvoir mesurer réellement la performance de vos actions.

Voici les outils à utiliser :

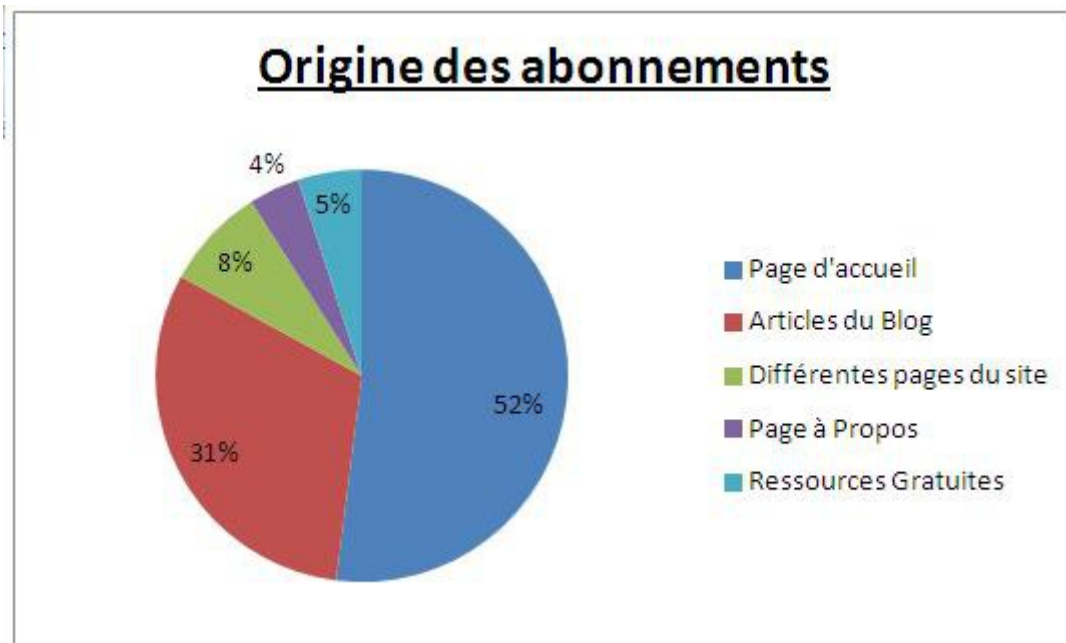
1. **Google Analytics** : En plus des données sur le trafic, il permet de connaître d'une manière précise
2. **L'autorépondeur** (dans mon cas Aweber) : On y trouve pas mal de choses intéressantes :

Le taux de conversion des différentes « web forms » utilisés.

En téléchargeant votre liste d'abonnés vous pourrez savoir quelles sont **les pages**



qui vous rapportent le plus d'abonnés (exemple ci-dessous). Cela demande quelques traitements sur Excel.



En analysant régulièrement ces données, vous serez en mesure de prendre les bonnes décisions.

Vous allez pouvoir ainsi renforcer ce qui fonctionne et abandonner définitivement ce qui ne fonctionne pas.

2. Un formulaire d'abonnement en bas de chaque article

Rien de bien original là aussi. C'est même une technique assez classique.

Fonctionne-t-elle réellement ?

Quand on regarde la petite analyse ci-dessus, on constate que 30 % de mes abonnés viennent directement des articles du blog !

Cela signifie que sans ce module d'abonnement en bas de page, j'aurais 30 % d'abonnés en moins !

La conclusion s'impose d'elle-même. Vous savez ce qui vous reste à faire



3. La participation à des événements ...

C'est une de mes astuces préférées pour obtenir plus de trafic. Encore faut-il la combiner avec l'astuce n°1.

L'avantage est immense : cette technique permet d'obtenir un trafic qualifié qui permet de booster les taux de conversion.

Désolé de vous traiter de trafic qualifié ;)

Inutile de souligner que l'importance de la qualité de l'article est cruciale.

4. Offrez aux gens de rester en contact avec vous

Parfois c'est simple. Pour avoir plus d'abonnés, il suffit de le demander.

Rajouter une petite présentation en haut à droite a contribué à l'augmentation du nombre d'abonnés. Cela offre la possibilité de vous connaître et de vous suivre.

Restons en contact



Je suis Nassim Amisse, et je partage avec vous sur ce blog consacré au Web Marketing mon expérience en tant que responsable stratégie dans une multinationale allemande. Je suis également partenaire du [Club Stratégie](#). Pour que nous restions en contact, choisissez un des boutons plus bas ;)





Merci à MarieEve du blog [les doigts dans le net](#) pour cette astuce ;)

5. Soignez le module d'abonnement de la page d'accueil

Il y a fort à parier que votre page d'accueil soit la page la plus consultée de votre site. Le module d'abonnement qui s'y trouve à une importance cruciale.

Vous devez soigner cette partie. Effectuez plusieurs tests. Trouvez la forme et l'accroche qui convertissent le mieux.

Il est également important de se différencier. Dans les marchés où il y a beaucoup de sites présents dans la même thématique on constate que les modules d'abonnements ont une fâcheuse tendance à se ressembler !

Prenez le temps d'effectuer plus de tests sur cette partie.

6. De la simplicité dans le processus d'abonnement

Pour avoir plus d'abonnés il est important de rester claire et simple.

J'avais testé un nouveau module d'abonnement il y a quelques temps de cela. Il permettait de segmenter les abonnés à partir de questions posées dans le module d'abonnement.

Les inputs étaient précieux, mais les abonnements ont beaucoup reculé pendant cette période.

La segmentation arrivera en seconde phase, après abonnement ;)

Certains sites web anglophones ne demandent même plus le prénom.

7. Relancez ceux qui ne confirment pas

Quand les listes sont encore petites et/ou que l'on dispose de suffisamment de temps, des relances aux personnes qui n'ont pas encore confirmé permettent d'avoir plus d'abonnés J

J'obtiens 70% de confirmation après relance.



Conclusion

Pour conclure cet article, deux points qui me semblent importants :

Pour obtenir plus d'abonnés il faut une stratégie et du trafic.

Pour générer du chiffre d'affaires, **il ne faut pas forcément une grosse liste.**

Ne perdez pas de vue cet objectif ;)

Ps : si vous souhaitez que l'on reste en contact, vous trouverez un charmant petit module d'abonnement juste en bas.

A propos de l'auteur



Article rédigé par **Nassim AMISSE**.

J'occupe la fonction de responsable stratégie dans une multinationale allemande depuis 7 ans.

J'ai la responsabilité de 3 pays.

Sans rentrer dans les détails, ma structure (8 personnes) est en charge de définir et d'implémenter les différentes stratégies de l'entreprise.

Je partage sur [E-Methodologie](#), différentes approches stratégiques et astuces pratiques touchant au domaine du web marketing.

Je contribue également au développement de la formation [Club-Stratégie](#). D'autres projets sont en développement.

Visitez son blog : [E-Méthodologie](#)



4 exemples d'application du chemin de moindre résistance

Quand on travaille sur l'optimisation d'un processus, il y a une question qui revient régulièrement, c'est de savoir comment faire pour que les gens qui sont impliqués dans le processus fassent ce qu'ils ont à faire...

- Si vous êtes manager, vous pouvez vous demander comment faire pour que vos employés ne fassent pas d'erreurs...
- Si vous êtes à la tête d'un magasin, vous pouvez vous demander comment faire en sorte que votre client fasse le tour de tous les rayons pour maximiser les achats d'impulsion...
- Si vous êtes développeurs de jeux vidéo, vous pouvez vous demander comment faire pour que les joueurs se dirigent de façon assez intuitive vers l'endroit où vous avez caché le trésor...
- Si vous êtes blogueur, vous pouvez vous demander comment enregistrer le maximum de visiteur sur votre newsletter...

Bref, quel que soit le processus sur lequel vous travaillez... tôt ou tard, la performance de votre processus dépendra du comportement d'individus sur lesquels vous n'avez pas toujours la légitimité d'exercer un pouvoir... Et pourtant, vous aimeriez bien pouvoir contrôler leur comportement pour garantir la qualité de votre processus !

Figurez-vous que j'ai une solution pour vous ! Il s'agit de tracer le chemin de la moindre résistance pour obliger ces mêmes individus à faire ce que vous souhaitez sans qu'ils ne s'en aperçoivent.

Étape 1 : Définir le résultat attendu

Trop souvent, nous définissons les objectifs en termes de moyen. Il faut sensibiliser et former les opérateurs pour qu'ils comprennent ce qu'ils doivent faire. Il faut que je demande 3 fois à mes visiteurs qu'ils laissent un commentaire sur mon site pour qu'ils le fassent...

Nous sommes là sur des objectifs de moyen et non sur des objectifs de résultat. L'intérêt de définir le résultat attendu c'est qu'il nous mène directement à l'action à accomplir pour atteindre le résultat.



Si je reprends mes exemples, j'obtiendrais :

- Saisir la bonne référence client lors de la saisie de la commande
- Les clients font le parcours attendu dans mon magasin
- Les joueurs trouvent le trésor
- Mes visites s'inscrivent à ma newsletter

Vous voyez, j'obtiens bien les actions attendues.

Étape 2 : Étudier la configuration du terrain

Quel que soit votre processus, celui-ci dispose toujours d'un environnement immédiat. Et si vous n'avez jamais réfléchi à la question il est fort probable que cet environnement ne soit pas forcément propice à ce que l'utilisateur fasse ce que vous attendiez de lui.

Citons quelques exemples de contexte non favorable à la qualité du processus :

- Des commandes qui arrivent par fax... Aucune n'est formatée de la même façon.
- Des allées vont dans tous les sens, et mes clients sont tellement habitués au magasin qu'ils se dirigent directement au bon rayon avant d'aller payer en caisse.
- Tous les décors sont ton sur ton et le trésor n'apparaît que lorsque le joueur le touche.
- Des pubs clignotent dans tous les sens sur votre site alors que votre formulaire d'inscription à votre newsletter se cache quelque part après avoir analysé la configuration des lieux...

Étape 3 : Trouver le moyen de tracer un chemin qui conduise l'utilisateur à réaliser l'action que vous attendez de lui.

Il faut construire le chemin de la moindre résistance, c'est-à-dire le chemin qui mène naturellement les gens à faire ce que vous souhaitez !



Revenons sur nos exemples...

- Si je pilote un processus de commande, le chemin de la moindre résistance pour que l'opérateur saisisse le bon code client serait d'entourer les codes clients au fluo sur chaque commande pour éviter que la personne recherche le client dans le système d'information.

Avec une mise en avant du code client, il devient plus naturel de saisir le code client plutôt que de faire une recherche. Mais il peut être aussi envisagé de bloquer la recherche client pour « obliger » l'opérateur à saisir le code.

- Si vous êtes patron de la grande distribution, tracé un chemin comme chez Ikéa (et plus récemment Fly) qui obligerait vos clients à parcourir l'ensemble du magasin.

Vous pouvez aussi mettre les produits les plus achetés (comme les packs d'eau) à l'autre bout du magasin pour obliger les clients à tout traverser. L'inclinaison du sol est également un élément sur lequel vous pouvez jouer...

Tout comme le rythme de la musique que vous diffusez. Plutôt rapide si le trafic est important et que c'est le débit qui compte, et plutôt lent si vous souhaitez que les gens s'éternisent un peu, car il n'y a pas foule ! ;-)

- Si vous êtes un game designer, un tracé au sol pourrait indiquer de façon assez intuitive l'endroit où aller pour trouver le trésor.
- Si vous êtes blogger et que vous souhaitez que vos visiteurs s'inscrivent à votre newsletter, alors pourquoi ne pas mettre un gros bloc avec une mise en valeur de l'intérêt de votre newsletter avec de belles flèches qui montrent le bouton à valider.

Tout cela positionné entre le titre et le corps de vos articles (ou sur la majeure partie de votre site) pour que cela saute aux yeux de vos visiteurs et qu'ils finissent tôt ou tard par craquer et s'inscrire... PARCE QUE C'EST LE CHEMIN DE LA MOINDRE RESISTANCE... Et qu'on ne peut pas résister très longtemps ! :-)

Vous voyez l'idée ?

Sensibiliser, Former, Communiquer, Demander... Tout cela demande beaucoup d'efforts...

Et surtout des efforts à renouveler !



Avec le chemin de la moindre résistance, vous travaillez sur la structure du système, ce qui vous demande un effort plus important à la conception, mais je vous garantie que vous serez récompensé par la pérennité de votre solution !

A propos de l'auteur



Article rédigé par **Florent FOUQUE**, Auteur du livre "[A la découverte du Lean Six Sigma](#)" et animateur du site [EOTV](#).

J'aide les consultants et les managers à utiliser les outils de l'amélioration continue (Lean, Six Sigma, Approche systémique, théorie des contraintes, gestion de projet...) pour leur permettre d'améliorer la performance des entreprises pour lesquelles ils travaillent.

L'intérêt d'EOTV est de proposer un contenu original et ludique pour faciliter l'accès à ces outils largement utilisés par les experts, mais assez peu diffusés dans les entreprises. Je profite de ce site pour diffuser des outils pédagogiques comme les fiches outil, la formation au Lean Six Sigma, des résumés de livres, des interviews vidéos de professionnels, des conférences...

Visitez son blog : [Excellence Opérationnelle.TV](#)



4 manières de se faire apprécier de son public...

Parler en public ou écrire sur un blog, c'est s'exposer au regard des autres... C'est parfois vécu comme un exercice difficile, surtout au départ !

Voici plusieurs techniques à utiliser pour vous faire apprécier de votre public et gagner ainsi en influence. Cette influence qui vous permettra de convaincre, de rallier votre public à vos idées, de souscrire à vos projets et de vous suivre sur votre blog ou vos réseaux sociaux.

1. Jouez au miroir...

Cela revient à respecter les codes de votre public. **Soyez l'un des leurs pour qu'ils vous reconnaissent.** Créer une image de votre personne qui ressemble à leur image, comme un miroir, pour que vos idées trouvent un écho auprès de votre public.

Selon la composition de votre public, vous respectez donc des **codes différents**. Par exemple :

- vous vous adressez à de jeunes mamans qui cherchent comment gérer leur enfant hyperactif, celui qui met tout le monde en boule dès qu'il s'ennuie
- vous vous adressez à des directeurs, contents d'eux, aux dents longues et qui veulent tout savoir des techniques de manipulation pour être les futurs rois du pétrole

Si vous parlez au 1er groupe, vous adopterez **un ton informel**, une tenue vestimentaire raffinée mais décontractée, vous citerez des exemples de votre vie **personnelle**. Vous aurez plutôt un blog et **une page Facebook**, où vous utiliserez un ton informel et le tutoiement, ainsi que des réponses assez directes et simples.

Avec le 2ème groupe, vous utiliserez à dessein un vocabulaire technique, le jargon à la mode dans ce milieu, vous ferez référence à votre dernière rencontre au club de golf, vous vous présenterez avec des vêtements de marque et **les signes de reconnaissance** associés.

Vous aurez un blog et un **profil Linked In**, avec des photos de vous en costard-cravate, des réponses sophistiquées et un ton assez péremptoire, pour souligner votre expertise.

Si vous inversez ces codes, vous ne serez crédible, ni dans un cas, ni dans l'autre...



2. Soutenez vos alliés...

Il est toujours plus facile de promouvoir le travail des autres que le sien.

Que ce soit par modestie ou tout simplement parce qu'il est difficile de vraiment connaître ses points forts, **parler du succès des autres** vous semblera beaucoup plus simple que de vous mettre en avant.

Profitez-en pour trouver des alliés de valeur et parlez d'eux. Tout naturellement, **ils vous rendront la pareille**, avec un éclairage qui renforcera d'autant votre crédibilité si vos alliés sont des références dans leur domaine.

Faites-leur une place dans vos discours, au travers d'une citation, grâce à un de leurs succès qui illustre vos propos ou en les introduisant auprès de votre audience.

Soutenez leurs points de vue lors d'une réunion, présentez-les comme les experts les mieux placés pour servir votre public.

Invitez-les pour une interview sur votre blog, proposez-leur un article invité qui passionnera leur audience, apportez un témoignage sincère et pertinent sur leur site ou retweetez leurs messages.

Vous serez ainsi introduit auprès de ceux qui apprécient ceux que vous appréciez...

3. Donnez encore au-delà du raisonnable...

Vous avez l'occasion de vous présenter aux autres, ne gardez rien pour la prochaine occasion !

La première impression est décisive, **offrez d'emblée le meilleur de vous même.**

Si vous ne donnez qu'avec réticence, qui pourrait deviner que vous êtes capable de bien mieux encore ?

« Mais, si je donnais trop... je n'aurais plus rien... »

Aussi surprenant que cela paraisse, **en donnant beaucoup, on nourrit plus encore sa créativité.**

Si on donne beaucoup, on reçoit beaucoup de réactions positives en retour.



Les personnes sont plus enclines à venir partager leurs préoccupations, faire part de leurs demandes, proposer leurs suggestions.

Les nouvelles idées se présentent alors en abondance, emportant dans leur sillage un nouvel élan et une plus grande confiance, puisée dans toutes ces appréciations spontanées.

En plaçant la barre très haut, vous vous mettez en condition pour rester à la hauteur et chercher partout autour de vous, dans vos modèles, dans vos relations, dans vos lectures, tout ce qui vous permettra de rester à ce niveau.

Car rien ne serait plus humiliant que de décevoir votre public...

Présentez vos meilleures idées, investissez-vous dans la préparation de votre prise de parole en public, enfiler votre plus beau costume, **faites honneur à votre public** en lui offrant le nec plus ultra de vos compétences.

Sur votre blog, investissez dans les vidéos, payez-vous les services d'un [excellent graphiste](#), formez-vous aux [meilleures techniques de copywriting](#) et écrivez des articles d'une qualité exceptionnelle, **du type de ceux qui vous feront honneur** et dont seront fiers vos collègues ou vos proches.

4. Gardez confiance...

Une relation se tisse au fil des joies partagées et des épreuves traversées ensemble, **cela demande du temps et de la persévérance**. Votre influence se bâtit aussi à petits pas, en tirant les leçons de chaque expérience pour améliorer la prochaine occasion.

Discours après discours, vous affinerez votre présence devant votre public, vous renforcerez votre crédibilité, vous développerez votre enthousiasme communicatif jusqu'à ce que votre charisme soit manifeste.

Article après articles, sur votre blog, vous préciserez votre style, vous oserez prendre plus de risque, vous rencontrerez plus intimement votre audience jusqu'à ce que **vos visiteurs prennent le relais** et parlent de vous autour d'eux.

Rome ne s'est pas bâti en un jour... mais regardez combien son influence marque encore notre langue, notre philosophie ou notre cinéma après des millénaires !

Vos idées méritent que vous leur ciseliez le plus bel écrin qui soit, jour après jour...



A propos de l'auteur



Article écrit par **Marianne DUPUIS JANIN**, passionnée de communication et de sciences humaines.

Depuis 5 ans, je fais voyager les enfants à l'autre bout du monde, je défends mes convictions avec ardeur, je donne des formations inoubliables, je redonne des perspectives à ceux qui cherchent du travail et tout ceci... avec des mots, juste de simples mots, chaque jour.

Constamment fascinée de voir combien des mots tout simples peuvent créer l'émotion chez ceux qui m'écoutent et les inciter à donner le meilleur d'eux-mêmes, j'ai voulu partager cette expérience si merveilleuse et si souvent renouvelée, à travers le blog [Parler en public online](http://www.parlerenpubliconline.com).

Les chroniques de M. Le Consultant, les analyses de discours, les techniques présentées y sont autant d'outils pour vous aider à réussir votre prochaine prise de parole en public, avec conviction et en confiance.

Visitez son blog : [Parler en Public Online](http://www.parlerenpubliconline.com)



Et si vous aussi vous aviez un article dans un livre ?

Vous avez **un blog** actif, et vous aussi vous avez
envie d'être **présent** dans le prochain livre
à paraître dans le style de celui-ci ?

C'est **possible** !

Inscrivez-vous sur le blog [Copywriting Pratique](http://www.copywriting-pratique.com)
si ce n'est pas déjà fait, pour être prévenu
de l'ouverture du prochain événement
inter-blogueurs.

Et **participez** !

Votre article se retrouvera dans un livre
comme celui-ci, distribué gratuitement
à des **milliers** de personnes.