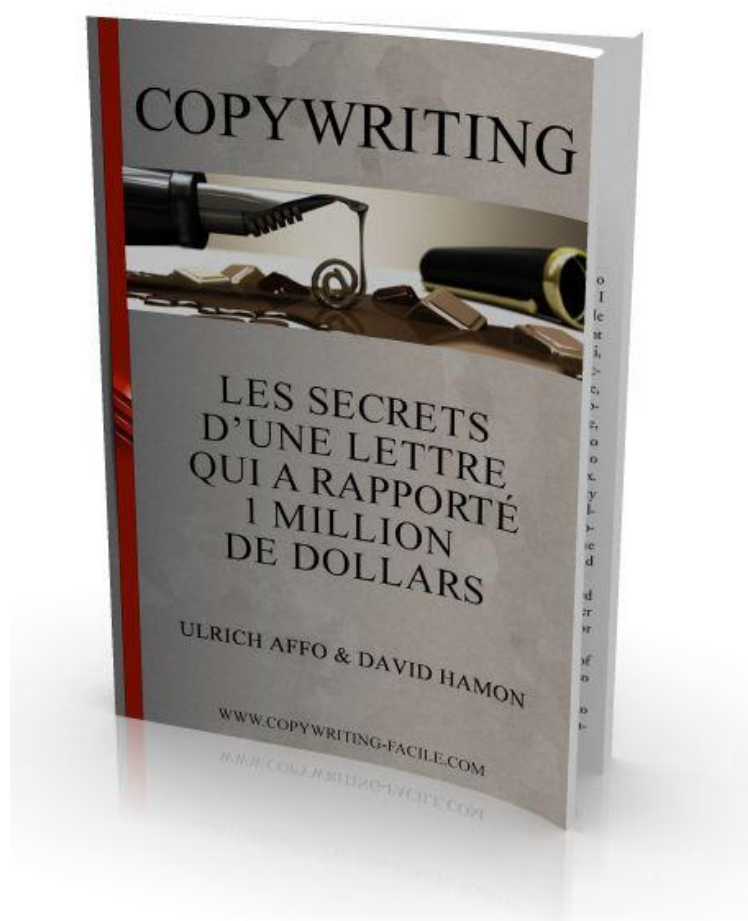


- Copywriting -

Les secrets d'une lettre qui a rapporté 1 million de dollars



Ulrich AFFO & David HAMON

© mai 2013 - www.copywriting-facile.com

Voulez-vous rédiger facilement des textes accrocheurs et vendeurs de vos produits ?

Découvrez **GRATUITEMENT** une kyrielle de vidéos de formation au copywriting :

1. 5 Accroches Irrésistibles
2. 5 Moyens de Déclencher et Maintenir un Intérêt pour votre Offre
3. 5 Secrets Pour Générer Un Désir Intense d'Acheter
4. 5 Secrets pour Pousser votre Prospect à Passer Commande
5. Comment raconter des histoires hypnotiques
6. Comment faire accepter le prix (même élevé) de votre produit
7. 7 façons de battre vos concurrents en différenciant votre offre
8. Comment valoriser votre argument unique de vente dans votre lettre et surpasser ainsi vos concurrents
9. Etc

Ces vidéos se trouvent GRATUITEMENT sur
www.copywriting-facile.com

Sommaire

Introduction	4
Chapitre 1 : le contenu d'une lettre Collier à 1 million de dollars.....	5
Chapitre 2 : l'analyse d'une lettre Collier à 1 million de dollars	8
1) Analyse des secrets de fond.....	8
2) Analyse des secrets de forme.....	17
Chapitre 3 : la structure derrière cette lettre Collier à 1 million de dollars	19
Conclusion.....	21

Introduction

Cher ami, dans quelques instants, vous découvrirez les secrets d'une lettre qui a rapporté plus d'un million de dollars. Dupliquez-les ; et vous vendrez mieux vos produits, biens comme services, numériques comme tangibles.

Mais tout d'abord, cette lettre est de Robert Collier. Le connaissez-vous ? Si non, voici quelques faits sur lui : *« Entre autres résultats impressionnants, Robert Collier vendit, grâce à ses secrets de copywriting, plus d'un million de dollars de son premier livre « Les secrets des âges » et ce dès sa parution. Il vendit également pour des centaines de millions de dollars d'innombrables produits (que lui confièrent ses divers clients) tels que les nouvelles de O. Henry, des machines à construire, des vêtements, des produits financiers, etc. ».*

Maintenant, découvrons les secrets cachés derrière cette lettre à 1 million de dollars :

- 1) Tout d'abord, nous allons en dévoiler le contenu.
- 2) Ensuite, nous allons la décortiquer. Ainsi, vous en découvrirez tant les secrets de fond que les secrets de forme.
- 3) Enfin, nous allons vous fournir le schéma de la structure suivie par Robert Collier.

Muni de tels secrets de fond, de forme et de la structure de cette lettre à 1 million de dollars, vous pourrez alors rédiger facilement un texte accrocheur et vendeur de vos propres produits. Commençons donc !

Chapitre 1 : le contenu d'une lettre Collier à 1 million de dollars

Voici le contenu de cette lettre qui a rapporté plus d'un million de dollars de commande de livres papier en un mois :

« *Cher Monsieur,*

Aimeriez-vous voir 1 \$ se transformer en 60 \$ et 8 \$ en 500 \$ d'ici mars prochain ?

Laissez-moi vous révéler comment :

Je m'en vais vous envoyer un pack de 7 petits livres. Ils n'ont rien à voir avec ceux que vous avez lus par le passé et pour cause : ils vous parlent de VOUS !

Ils vous démontrent, qu'à ce jour, vous n'avez utilisé qu'une infime partie de vos réelles capacités enfouies tout au fond de votre "esprit subliminal" comme l'appellent les scientifiques.

C'est un géant qui sommeille en vous ; et une fois réveillé, il peut vous conduire à la célébrité et à la fortune presque en l'espace d'une nuit ! Ce GÉNIE de votre cerveau est si puissant qu'il peut exaucer n'importe lequel de vos souhaits, tout comme l'ancien puissant génie de la lampe d'Aladin.

Ils réaliseront vos rêves. Vos belles visions de fortune, de santé et de bonheur deviendront réalités- non pas dans 5, 10, ou 15 ans, mais plutôt Aujourd'hui !

Je vais vous envoyer ces petits livres – sans aucun engagement de votre part – pour que vous les lisiez et les ESSAYIEZ réellement pendant une semaine à mes frais et risques.

Mais il y a juste une chose : j'ai besoin de votre autorisation pour les envoyer. Vous pourrez me l'accorder dans quelques secondes en utilisant la "Carte Spéciale " jointe à cette lettre.

Quand vous recevrez les livres, il n'y aura absolument aucun engagement d'achat de votre part.

Vous pouvez les renvoyer pour N'IMPORTE QUELLE RAISON, ou pour aucune raison du tout.

MAIS VOICI LA PARTIE LA PLUS IMPORTANTE : si vous trouvez que ces 7 petits livres correspondent à ce que je vous ai dit à leur sujet (et vous en serez le seul juge), combien les paieriez-vous ? 30 \$? 50 \$? 100 \$?

C'est le prix des cours ordinaires qui promettent de vous dévoiler comment accomplir ce genre de tâches. À coup sûr, si celui-ci accomplit pour vous la moitié de mes promesses, il vaudrait tout cela et bien plus encore !

Alors, si vous décidez de garder ces livres, vous aurez à m'envoyer – NON PAS 50 \$ ou 100 \$, même pas leur prix habituel de 13,50 \$- mais mon SPÉCIAL PRIX DE LANCEMENT pour vous, valable uniquement sur cette ÉDITION DE LANCEMENT et qui est de 6, 85 \$! (Si vous préférez des mensualités plus commodés, envoyez-moi seulement 1 \$ par mois pendant huit mois.)

Et ce n'est pas tout : si dans les 6 prochains mois, votre dollar ne s'est pas transformé en 60 \$ - si vous ne pouvez pas rajouter au moins 500 dollars de gains additionnels aux 6,85 dollars payés pour ces cours - renvoyez-moi les livres et je vous rembourserai, avec plaisir, chaque cent que vous m'avez payé pour eux.

Aucune condition n'est attachée à cette offre. Si dans 6 mois, ces petits livres ne vous ont pas rapporté une petite fortune, alors ils ne sont pas pour vous. Renvoyez-les et reprenez votre argent ! »

Chapitre 2 : l'analyse d'une lettre Collier à 1 million de dollars

1) Analyse des secrets de fond

a) Les 2 secrets derrière l'accroche de Collier

Robert Collier a, dès le départ, attiré fortement l'attention de sa cible grâce à son accroche : « *Aimeriez-vous voir 1 \$ se transformer en 60 \$ et 8 \$ en 500 \$ d'ici mars prochain ?* »

Voici les 2 secrets qui se cachent derrière :

- ✓ Une question qui vous fait dire « Oui » immédiatement. En effet, quelque soit sa fortune actuelle, qui n'aimerait pas voir 1 ou 8 dollars se multiplier par au moins 60 d'ici mars prochain ?
- ✓ L'énoncé du résultat dès le départ. Puisque vous avez moins de 5 secondes pour capter l'attention de votre prospect, dites lui immédiatement ce qu'il gagnera à utiliser votre produit. Dans le cas d'espèce, il verra 1 dollar se transformer en 60 et 8 en 500 d'ici mars prochain.

b) De fortes promesses tout au long de la lettre

Les fortes promesses excitent toujours votre prospect. Elles suscitent automatiquement de l'intérêt pour votre produit. En voici 2 faites par Robert Collier et mises en gras :

- ✓ *Ils réaliseront vos rêves. Vos belles visions de fortune, de santé et de bonheur deviendront réalités- **non pas dans 5, 10, ou 15 ans, mais plutôt Aujourd'hui !** »,*
- ✓ *C'est un géant qui sommeille en vous ; et une fois réveillé, **il peut vous conduire à la célébrité et à la fortune presque en l'espace d'une nuit !***

Mais attention, à la lecture de vos fortes promesses, vos prospects se demanderont si elles sont vraies. Ils ont donc besoin que vous leur prouviez que oui.

c) La preuve par l'essai

Il existe différentes techniques pour convaincre votre prospect. Dans cette lettre, Robert Collier a choisi la preuve par l'essai.

Cette technique offre des avantages considérables :

- ✓ Vos prospects ne peuvent repousser votre offre en se basant simplement sur votre lettre de vente.

Cela signifie que votre produit sera essayé par un plus grand nombre de clients potentiels. Plus de clients potentiels = Plus de ventes ; et comme tester un produit est toujours plus édifiant que de lire une lettre, votre poche s'en trouvera au final mieux !

- ✓ Vous n'avez pas besoin de développer de longs arguments commerciaux. Le produit le fait à votre place.

Par conséquent, votre lettre de vente est bien plus courte ; ce qui amène plus de prospects à la lire entièrement.

De plus, vous vous fatiguez moins à l'écrire.

- ✓ Seules les personnes, réellement séduites par votre produit, vous paieront. Elles le feront car contentes de votre proposition !

Les autres s'en abstiendront. Cela vous permettra de limiter considérablement les demandes ultérieures de remboursement ainsi que les clients qui vous feront de la mauvaise publicité car mécontents.

Si vous vous demandez si ce ne sera pas l'occasion pour vos clients de consommer votre produit gratis, rappelez-vous des vérités suivantes :

- ✓ Cette lettre de Robert Collier a rapporté plus d'un million de dollars.

Si on considère les 8 dollars, prix maximum de ce pack de 7 livres, on constate que ce million de dollars s'est fait grâce à 125.000 unités commandées. Ce chiffre impressionnant prouve que les clients sont foncièrement honnêtes.

✓ Le client est foncièrement honnête.

Il l'est pour 3 raisons :

⇒ Si votre produit le séduit, il commence par vous aimer. Il se sent alors psychologiquement endetté et va vous envoyer votre argent.

⇒ Si votre produit le séduit, il ne voudra pas votre mort. En effet, si vos activités se développent, vous pourrez mieux satisfaire ses futurs besoins ; et il le sait bien.

⇒ Il ne veut pas se voir lui-même comme un vaurien qui profite des autres sans rien leur apporter. Vous, en avez-vous envie ? Non, n'est-ce pas ?

Mais notez que si vous voulez utiliser la preuve par l'essai, vous devez donner un délai de test à votre client. Sinon, soit il prendra des années pour essayer votre produit, soit il ne l'essaiera même pas.

Vous veillerez à rendre le délai raisonnable, mais le plus court possible ! Il variera en fonction de votre secteur : le délai d'essai d'un livre peut être d'une semaine. Le délai de test d'un logiciel peut aller à un mois. Etc.

Pour finir, avant d'envoyer votre produit à l'essai, demandez l'autorisation de votre prospect. Un coupon (si vous vendez des produits tangibles sans faire du webmarketing) ou une squeeze page (si vous vendez des produits numériques) suffira à cela.

Si vous ne le faites pas, votre envoi sera assimilé à de la vente forcée interdite par la loi dans certains pays. Vérifiez la législation en vigueur dans le vôtre.

d) Une astuce pour vous faire percevoir comme supérieur à la concurrence

Pour annoncer la supériorité du pack de 7 livres sur les cours de la concurrence, Robert Collier a évoqué le caractère ordinaire de ces derniers.

Voici la phrase dans laquelle il l'a fait : « *C'est le prix des cours ordinaires qui promettent de vous dévoiler comment accomplir ce genre de tâches* »

Il vous amène alors à penser que les cours, contenus dans ces 7 livres, sont supérieurs à ceux de la concurrence.

S'il vous l'avait directement dit, il aurait été obligé de le prouver sur-le-champ. Mais en le faisant d'une manière aussi indirecte, l'information pénètre dans votre subconscient sans résistance de votre part.

e) Un secret pour faire percevoir votre prix comme très avantageux

Pour démontrer le caractère très avantageux du prix, Robert Collier est parti du prix habituel de ces cours (de 30 à 100 dollars) sur le marché pour évoquer son prix spécial de lancement qui est de 6, 85 dollars.

En procédant ainsi, il vous fait voir l'énorme opportunité qu'il vous offre et que vous devez saisir.

Notez bien que s'il avait annoncé le prix sans procéder ainsi, vous auriez automatiquement douté de la qualité des cours contenus dans ce pack de 7 livres.

f) Des modalités de paiement irrésistibles

Robert Collier a brisé un obstacle à l'achat du produit en proposant des modalités de paiement que tout le monde peut saisir : 1 dollar par mois.

Vous n'êtes pas obligé de proposer un montant si petit. Mais retenez ceci : lorsque vous acceptez les paiements par tranches, votre client se dit que vous devez avoir confiance en la qualité de votre produit. Cela le rassure davantage !

Mais notez bien que dans ce cas, si vous ne facturez pas un montant supérieur au prix normal, la majorité de vos clients se jetteront sur cette option.

www.copywriting-facile.com, le blog pour rédiger facilement des textes accrocheurs et vendeurs

Par exemple, vous aurez remarqué que Robert Collier propose 8 dollars en cas de paiement par tranches et 6, 85 dollars en cas de paiement unique.

g) L'utilisation de la pression

Aucune lettre de vente, digne de ce nom, ne néglige de mettre une quelconque pression à son prospect.

Il existe différentes techniques pour le faire ; et leur efficacité est variable. Ici, Robert Collier annonce son prix spécial de lancement qui n'est valable uniquement que sur cette édition de lancement du pack.

Il évoque donc la rareté de son produit à ce prix-là car quand cette édition sera épuisée, la 2^{ème} sera vendue à son prix normal de 13, 50 dollars, soit 2 fois plus.

h) La garantie de remboursement à 100%

Robert Collier a annoncé : « *renvoyez-moi les livres et je vous rembourserai, avec plaisir, chaque cent que vous m'avez payé pour eux* ».

Les garanties de remboursement motivent à l'achat. En effet, votre prospect se dit qu'il ne perd rien à essayer car s'il n'est pas satisfait, il pourra toujours récupérer son argent.

Notez également que votre garantie de remboursement doit être accompagnée d'un délai et des conditions sous lesquelles elle est exerçable.

Robert Collier l'a fait ainsi : « *Aucune condition n'est attachée à cette offre. Si dans 6 mois, ces petits livres ne vous ont pas rapporté une petite fortune, alors ils ne sont pas pour vous. Renvoyez-les et reprenez votre argent !* »

Donc, aucune condition n'est attachée à son offre ; et le délai pour exercer la garantie est de 6 mois.

Si vous ne précisez pas les conditions et le délai, vos clients insatisfaits pourraient, pour une raison non valable, vous demander remboursement même dans 2 ans.

Notez que vous aurez toujours des clients insatisfaits pour la simple raison que certains paieront votre produit sans vraiment lire votre message de vente qui leur aurait révélé que ledit produit n'est pas pour eux.

Pour finir, si vous remboursez effectivement les clients insatisfaits, vous optimiserez les chances qu'ils achètent plus facilement chez vous la prochaine fois. Pourquoi ?

Ils se diront, parce que vous l'avez déjà fait par le passé, que vous les rembourserez si d'aventure, ce nouveau produit ne les satisfaisait pas non plus.

Maintenant, si vous avez peur que vos clients utilisent la garantie de remboursement pour consommer votre produit gratis, veuillez vous reporter aux explications données là-dessus dans la partie consacrée ci-dessus à « La preuve par l'essai ».

i) Les connecteurs

Les connecteurs donnent envie à votre prospect de lire la phrase ou le paragraphe suivant. En voici 3 utilisés par Robert Collier :

✓ « *Laissez-moi vous révéler comment : »*

✓ « *Et ce n'est pas tout : »*

✓ « *MAIS VOICI LA PARTIE LA PLUS IMPORTANTE : »*

j) L'importance de la répétition

Les messages, que vous jugez susceptibles d'influencer la décision du prospect, peuvent être répétés. Vous optimiserez ainsi les chances qu'il les voie et les assimile.

En voici un exemple donné par Robert Collier :

Message initial : *« Je vais vous envoyer ces petits livres – sans aucun engagement de votre part – pour que vous les lisiez et les ESSAYIEZ réellement pendant une semaine à mes frais et risques »*

Répétition de ce message : *« Quand vous recevrez les livres, il n'y aura absolument aucun engagement d'achat de votre part ».*

2) Analyse des secrets de forme

a) La mise en valeur des mots importants

Vous constaterez que Robert Collier a mis en valeur des mots qu'il jugeait susceptibles d'influencer la décision d'achat du prospect. Il a, pour cela, utilisé les majuscules.

En voici 3 exemples : *« Ce GÉNIE de votre cerveau », « SPÉCIAL PRIX DE LANCEMENT », « ÉDITION DE LANCEMENT »*

b) Le nombre de lignes par paragraphe

Vous remarquerez que les paragraphes de la lettre de vente dépassent rarement 4 lignes. Elles sont en général de 3, voire de 2.

En effet, si vous faites des dizaines de lignes par paragraphe, la lecture de votre lettre de vente sera difficile pour votre prospect ; et si prendre connaissance de votre offre est déjà difficile, vous diminuez d'avance et sérieusement vos chances de vendre.

c) L'espacement des paragraphes

Vous constaterez également que les paragraphes sont espacés. C'est essentiel pour ne pas construire des pavés illisibles.

Chapitre 3 : la structure derrière cette lettre Collier à 1 million de dollars

Voici le schéma derrière cette structure. Prenez-en connaissance et reproduisez-le pour écrire votre propre lettre de vente :

Accroche contenant l'avantage principal

+

Fortes promesses tout au long de votre lettre de vente

+

Preuves de ces fortes promesses par l'essai

+

Positionnement concurrentiel de votre produit

+

Annonce du caractère avantageux de votre prix

+

Modalités de paiement irrésistibles

+

Pression par la rareté de votre produit

+

Garantie de remboursement sans aucune condition

Par ailleurs, il faut veiller à garder les phrases et les paragraphes courts. Il ne faut pas non plus oublier d'espacer ces tout derniers. Ainsi, notre lettre de vente sera facile et plus agréable à lire.

Il faut également mettre en majuscules les mots ou phrases qui aident à déclencher la vente du produit.

Il faut enfin utiliser les connecteurs afin de pousser le prospect à lire la phrase ou le paragraphe suivant.

Conclusion

Nous voici à la fin de l'analyse de l'une des lettres de vente à 1 million de dollars de Robert Collier. Toutefois, retenez que toutes les connaissances, qui vous ont été transmises ici, sont tout à fait basiques.

Comme bien d'autres avant vous, vous en découvrirez de bien plus avancées à travers nos vidéos de formation **GRATUITE** au copywriting. Découvrez [quelques témoignages](#).

Et voici un aperçu du genre de vidéos que vous découvrirez GRATUITEMENT :

1. 5 Accroches Irrésistibles
2. 5 Moyens de Déclencher et Maintenir un Intérêt pour votre Offre
3. 5 Secrets Pour Générer Un Désir Intense d'Acheter
4. 5 Secrets pour Pousser votre Prospect à Passer Commande
5. Comment raconter des histoires hypnotiques
6. Comment faire accepter le prix (même élevé) de votre produit
7. 7 façons de battre vos concurrents en différenciant votre offre
8. Etc

Ces vidéos se trouvent GRATUITEMENT sur

www.copywriting-facile.com

www.copywriting-facile.com, le blog pour rédiger facilement des textes accrocheurs et vendeurs