



POURQUOI AI-JE BESOIN D'UN TUNNEL DE VENTE POUR VENDRE ?

Lorenzo Pancino, fondateur de **LearnyBox**, vous explique dans cette vidéo pourquoi un tunnel de vente est un formidable outil de vente.

Vous pouvez recevoir gratuitement, toutes les semaines, les meilleurs conseils de Lorenzo pour vous aider à transmettre votre passion, votre expertise ou votre savoir de par le monde en cliquant sur le bouton "[S'abonner](#)" sur chacune de ses vidéos.

Présentation

Sur **LearnyBoxTV**, vous pouvez retrouver de nombreux conseils qui vous permettront de créer, vendre et animer vos formations en ligne, même si vous n'avez aucune connaissance technique ou des notions spécifiques en marketing.

Interview

Lorenzo : Salut, c'est Lorenzo ! Bienvenue sur Learnybox TV, toujours avec Fabrice, le « Ninja marketeur ».

Fabrice : Alors de quoi on parle aujourd'hui ?

Lorenzo : Aujourd'hui, on va parler de tunnel, mais pas n'importe quel tunnel, un « tunnel de vente ». Souvent, quand on débarque sur le web, on entend parler des tunnels de vente. C'est quoi un tunnel de vente et surtout est-ce qu'on a besoin d'un tunnel de vente pour vendre sur le web ?

Fabrice : Un tunnel de vente, est ce qu'on en a besoin pour vendre ? On va commencer par répondre à la question. La réponse est non. On n'a pas besoin d'un tunnel de vente pour vendre, parce qu'à priori il suffit simplement d'une page sur laquelle on puisse acheter et il n'y a pas besoin d'avoir un tunnel.



Alors, qu'est-ce qu'un tunnel ? Un tunnel est une série de pages qui commence par une page de capture. Donc, on va récupérer le mail qui va souvent proposer quelque chose avant la vente et qui vend. Et l'intérêt d'un tunnel, c'est d'automatiser le processus de vente. Donc, on n'est pas obligé de faire des ventes en automatique sur internet, il faut savoir que les tunnels de vente sont étudiés au niveau marketing, au niveau stratégique pour maximiser les ventes, c'est-à-dire qu'il y a toute une démarche.

Prenons un exemple, un tunnel de vente peut se dérouler comme suit :

Vous proposez à la personne d'avoir un conseil gratuit en vidéo. Elle va laisser son e-mail, elle va recevoir le lien pour aller sur la page où se tient votre contenu. A la fin de votre vidéo, vous allez dire : « Et si vous voulez en savoir plus, je vous dévoile les 4 étapes pour réussir à faire telle chose ». Et elle va arriver sur la page où il y a la vidéo qui lui explique les 4 étapes, mais en fait les 4 étapes, ce sont les 4 étapes d'un produit qui va lui permettre de l'accompagner et donc, vous lui vendez ce produit.

Et là, on a un tunnel qui amène la personne jusqu'à la vente.

Lorenzo : Donc, ce qui est important, c'est que pendant le tunnel, la personne qui va suivre ce tunnel aura de plus en plus confiance en vous, parce que vous allez démontrer votre légitimité, votre expertise, vos compétences et vous allez montrer que, finalement, vous lui apportez exactement le résultat qu'il attend. Et au fur et à mesure des vidéos, des contenus gratuits, il va se dire « Waouh ! C'est fou, on a l'impression qu'il est dans ma tête et il résout exactement les problèmes que je veux ».

Donc au final, quand vous allez lui proposer le produit à vendre, il n'aura plus qu'à signer, parce qu'il se dira « C'est la personne qu'il me faut pour résoudre mon problème ».

Fabrice : Voilà, et les tunnels de vente, même s'il y a plein de formes différentes, c'est la meilleure solution pour vendre vos produits, parce que même si on ne s'en rend pas compte, si on va sur « le Bon Coin », c'est une forme de tunnel de vente. On a un produit, on clique dessus, on voit la fiche et derrière, on prend contact avec la personne pour l'acheter.

Lorenzo : Alors, souvent on dit, quand on a par exemple une proposition, il y a un produit : « le stylo » et ici, « acheter le stylo ». Pourquoi est-ce qu'on dit : « Ok. Vous pouvez vendre en faisant cela, mais que le tunnel est plus efficace que juste le produit et la commande ? »



Fabrice : Parce qu'avant d'acheter quelque chose, la personne doit avoir confiance en vous. Elle doit déjà savoir : « Est-ce que le produit est celui qui est vraiment adapté à mes besoins? Est-ce que la personne qui me le vend est légitime? Est-ce que je peux lui faire confiance? Est-ce que cela va fonctionner avec moi? » Si vous répondez à ces 3 questions, vous êtes bon.

Mais cela veut dire qu'en amont, il y a eu du travail. La meilleure façon de réussir à vendre avec une page où la personne peut juste cliquer pour acheter, c'est qu'elle a été recommandée et qu'il y a quelqu'un qui en a parlé pour vous.

Mais si ce n'est pas le cas, le tunnel de vente répond à cela. C'est-à-dire que vous donnez du contenu qui va lui expliquer pourquoi elle peut vous faire confiance. Vous n'allez pas dire: « Faites-moi confiance parce que... ». Vous allez juste lui démontrer que ce que vous êtes capable de lui offrir va lui apporter quelque chose. Donc, on lui donne des conseils, on lui apporte une petite formation qui lui offre des résultats. Vous lui envoyez, pourquoi pas, un échantillon. Et la personne va se faire sa propre idée sur vous, sur la qualité de ce que vous proposez et donc, vous avez créé cette relation, vous avez créé la confiance et la personne sait si elle est prête à acheter chez vous.

Lorenzo : C'est fort ! C'est une puissance le tunnel. Et l'avantage, c'est qu'on en voit le bout, du tunnel.

Fabrice : Donc, on a dit : « Est-ce que vous en avez besoin ? Non ». Mais c'est la meilleure façon de vendre aujourd'hui.

Lorenzo : Merci, Fabrice. Encore des conseils très pertinents pour s'éclater et surtout cartonner sur le web. C'était Lorenzo et Fabrice sur Learnybox TV. N'oubliez pas de partager, de vous abonner, de liker et de cliquer sur le bouton ci-dessous pour continuer l'apprentissage pour vendre plus sur le web avec la formation « Starter du web ».

Allez ! Salut maintenant. On se retrouve très prochainement. Ciao !