

CHECKLIST : LES 7 LEVIERS DE LA PERSUASION

Par Dushan Jancik,

Stratège en Communication, Persuasion et Marketing Direct sur Internet

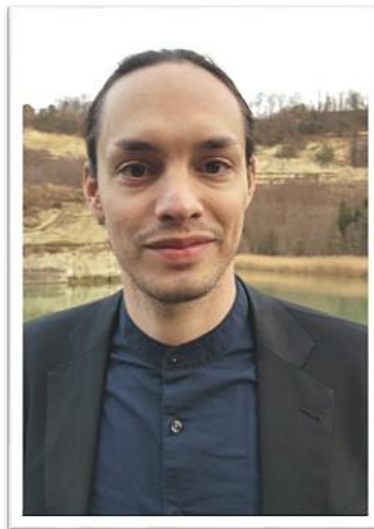
**Accédez en avant-première aux plus efficaces tactiques
du marketing francophone ET américain en rejoignant
l'institut de recherche et formation « [Labo Marketing](#) »**

QUI EST DUSHAN JANCIK ?

Je suis un **Stratège en Communication, Persuasion et Marketing Direct sur Internet.**

Ma mission est de donner aux bonnes idées la portée qu'elles méritent grâce à Internet.

Je vis en Suisse, même si je suis actif internationalement, avec des clients français, canadiens, suisses, américains, tunisiens, tchèques, russes, italiens, etc.



Depuis 2008, j'ai aidé plus de 22'000 entrepreneurs aux profils très variés (entrepreneurs du Net ou « hors-ligne », coaches, formateurs, experts, artisans, artistes, politiques...) à atteindre leurs objectifs sur Internet. J'ai enseigné le marketing en ligne dans des instituts prestigieux en Suisse (HEIG, Polycom, SAWI), ainsi que via plusieurs formations en ligne à succès.

Aujourd'hui, je me consacre à mes clients via diverses formules de coaching et de formation : **je les accompagne dans leur projet du Concept au Succès**, et les aide à atteindre leurs objectifs marketing notamment grâce à plusieurs techniques novatrices que j'ai conceptualisées (« Système P.T.C.S.O.S. » « Starification », « E.V.O », « Méthode C.E.C.S.S.S. »...).

Si vous voulez travailler directement avec moi, c'est possible (dans certains cas), rendez-vous sur mon site pour en savoir plus : www.DushanJancik.com.

Et si vous voulez devenir très vite un meilleur marketeur sans vous former pendant des années, rejoignez mon « coffre au trésor » : le [Labo Marketing](#) !

INTRODUCTION

Si vous lisez ce document, c'est certainement parce que vous avez assisté à mon séminaire « Copywriting 80-20 » où je vous ai présenté les 7 leviers psychologiques de la persuasion.

Vous avez compris ces leviers, alors voici un document qui va vous aider à transformer ce savoir en actions concrètes.

Lorsque vous avez écrit un texte de vente (ou que vous en révisez un qui performe mal), imprimez cette checklist et parcourez-la ;

Modifiez votre texte pour pouvoir cocher un maximum de ces éléments, et votre texte de vente ou votre campagne marketing seront nettement plus efficaces, je vous le garanti !

Bonne rédaction !

Dushan Jancik,
Fondateur du [Labo Marketing](http://LaboMarketing.com)
Consultant sur DushanJancik.com



LA CHEKLIST DES 7 LEVIERS

1. CONTRASTE :

- Prix réel de votre produit mis en relation avec une « valeur réelle » (estimation, coût total, etc.)
- Prix spécial de votre produit mis en relation avec le « prix normal » (en cas d'offre spéciale)
- Service ou produit décliné en 3 offres, celle du milieu étant mise en avant et offrant un meilleur rapport qualité/prix perçu que les 2 autres.
- Comparaison de votre prix avec « le coût de ne pas acheter votre produit ou service » (le coût du statu quo, les conséquences négatives, le coût d'opportunité).

2. SYMPATHIE :

- Votre visage (souriant) est-il visible quelque part dans votre texte de vente ?
- Votre adresse réelle est-elle indiquée quelque part à proximité de votre texte de vente ?
- Avez-vous inclus un scan de votre signature ? (ATTENTION : n'utilisez pas votre vraie signature pour éviter les risques d'usurpation d'identité !)
- Partagez-vous un peu de votre vie privée dans votre communication ?
- Avez-vous inclus un peu d'humour et de fun dans votre communication ? (ne vous prenez pas trop au sérieux !)

- Avez-vous inclus un peu de vulnérabilité dans votre communication ?
- Y a-t-il des endroits où vous avez fait le choix d'être « lisse » ou « diplomatique » pour éviter de heurter les sensibilités (effacez ça, et soyez vrai !)
- Est-ce que vos VALEURS transparaissent clairement dans votre message de vente ?
- Est-ce que vous POLARISEZ ? (avoir des amis, mais aussi des ennemis, oser « choisir son camps »)
- Est-ce que vous êtes sincère et authentique dans vos communications ?

3. RÉCIPROCITÉ

- Avez-vous si possible offert de la valeur à votre prospect et client avant même de tenter de lui vendre quelque chose ?
- Est-ce que votre texte de vente, en plus de chercher à vendre, éduque-t-il votre prospect ou client ? Lui apportez-vous de la valeur par l'éducation ?
- Est-ce que votre texte de vente, en plus de chercher à vendre, diverti-t-il votre prospect ou client ? Lui apportez-vous de la valeur par le divertissement ?

4. AUTORITÉ

- Avez-vous subtilement communiqué vos années d'expériences (si elles sont importantes) ?
- Avez-vous subtilement communiqué vos certifications et diplômes (s'ils sont rassurants) ?
- Avez-vous subtilement mentionné vos mentors

célèbres (si applicable) ?

- Avez-vous subtilement communiqué vos résultats passés (s'ils sont positifs) ?
- Avez-vous subtilement communiqué votre quantité de travail réalisé (si c'est perçu positivement) ?

5. PREUVE SOCIALE

- Avez-vous mis en avant votre « following » (nombre de clients, de lecteurs, de « fans », etc.) ?
- Avez-vous subtilement communiqué que de nombreuses personnes vous ont suivi avec succès ?
- Avez-vous inclus des témoignages dans votre message de vente ?
- Avez-vous mis ASSEZ de témoignages ? Vraiment ? 😊
- Avez-vous subtilement mis en avant vos interventions dans les médias ?

6. ENGAGEMENT & COHÉRENCE

- Avez-vous provoqué un micro-engagement de la part de votre prospect ou client avant de lui demander un engagement plus important ?
- Avez-vous dans votre texte de vente impliqué que ce que vous lui demandez de faire est COHÉRENT avec ce qu'il a déjà fait, ce qu'il est déjà ?

7. URGENCE & RARETÉ

- Avez-vous fait intervenir de la rareté dans votre offre ? (des places limitées, une limite de stocks, un bonus complémentaire qui sera retiré, une fermeture des ventes, un rabais temporaire, etc.)
- Avez-vous fait intervenir de l'urgence dans votre offre, c'est-à-dire un délai pour sécuriser la rareté en question ?
- De manière générale, si vous donnez à votre prospect ou client une bonne raison d'agir, donnez lui vous aussi une bonne raison d'agir MAINTENANT ?

Vous avez aimé ce document ? Vous en voulez plus ?

Alors vous apprécierez à coup sûr les conférences, comptes-rendus, résultats de tests et documents de travail, conçus selon la même approche, que je partage sur le **Labo Marketing**.

Dedans, je partage avec mes membres, des entrepreneurs et marketeurs débutants et confirmés, **le meilleur de mes trouvailles marketing**, basées aussi bien sur mes propres tests et recherches que sur celles de mes sources américaines.

[Cliquez ici pour le découvrir dès maintenant !](#)