

# ConseilsMarketing

Devenez un Pro du Marketing !  
Entrez à la Star Marketing Academy



VOS BESOINS : [v](#) PRESTATIONS OUTILS MARKETING FORMATIONS CLIENTS PUBLICATIONS CONTACT

## LES 4 FONDAMENTAUX D'UNE BONNE LANDING PAGE + 5 EXEMPLES

On By frederic1

[Home](#) / [Promotion](#) / [Les 4 Fondamentaux D'une Bonne Landing Page + 5 Exemples](#)

NOTRE DERNIER GUIDE  
GRATUIT

# A Perfect Landing Page

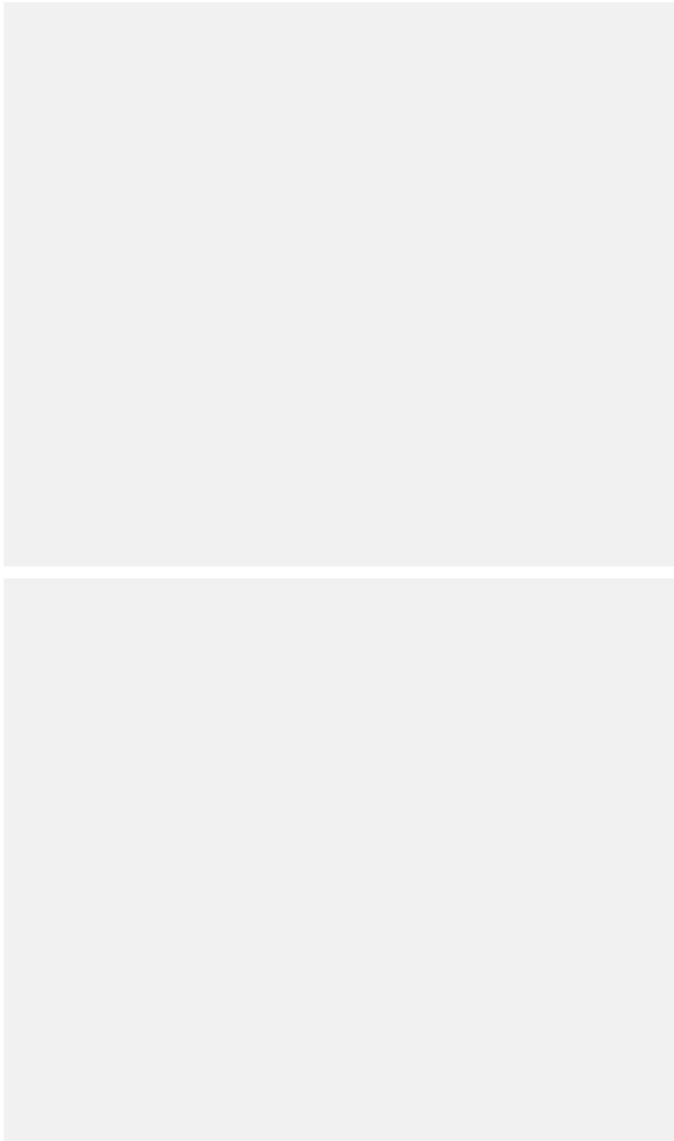


## Guide Gratuit pour Blogueurs



Je veux aussi recevoir des conseils sur le Blogging

**JE VEUX LE GUIDE GRATUIT**



## GÉNÉREZ + DE TRAFIC VIA LES MEDIAS SOCIAUX



**CHALLENGE 7 JOURS**  
**TRANSFORMEZ vos CLIENTS en FANS**



Email

Je veux recevoir le programme  
avec le plan à suivre pas à pas !

**C'EST PARTI !**

J'ai le plaisir de recevoir Steve Wantong de [BloggngMalin.pro](http://BloggngMalin.pro) rédacteur web et copywriter spécialisé B2B.

Dans cet article Steve va vous donner les clés pour réussir une landing pages efficace et convaincante !

Pourquoi est il indispensable d'avoir une Landing Page ?



Toutes les entreprises désirent acquérir des prospects et des clients. Mais bien peu savent comment s'y prendre.

## L'AUTEUR DU BLOG

Frédéric CANEVET est expert en Marketing Produits et Digital depuis plus de 15 ans. Vous avez besoins d'aide ? Consultez mes [Prestations](#), et mes [livres et formations vidéo](#). Et gardons contact sur [Linkedin](#) et ma chaine [Youtube](#)



En téléchargeant mes guides gratuits, vous recevrez également par email des conseils de ma part

## RECHERCHEZ SUR LE SITE...

Google Custom Search

Pour la plupart d'entre elles, acquérir le trafic c'est le plus important, plus il y en a, plus on va avoir des clients...

Mais attirer un prospect c'est bien, mais le convaincre d'acheter (ou simplement de laisser ses coordonnées) c'est mieux !

Comment convaincre vos prospects d'acheter votre produit ou s'inscrire à votre newsletter?

Comment forcer le parfait visiteur anodin d'essayer votre solution ou de vous appeler ?

Si chercher du trafic est nécessaire pour exposer son business à une audience nouvelle, convertir ce trafic en prospects réels est bien plus important encore.

**La landing pages est faite pour cela : c'est l'outil qui va convertir de simples visiteurs en clients et prospects.**

**Dans une landing page, tout est spécialement conçu dans ce but... et je vais vous montrer quelques uns des meilleurs exemples de landing pages, et ensuite comment en créer une vous même.**

## Définition d'une landing page

**Quelle est la différence entre une page d'atterrissage et une page d'accueil ?**

## LE TOP ARTICLES

Les 150 Meilleurs Outils Marketing PME



Nettoyer Son ERéputation

Reussir Ses Campagnes Adwords

Comment Lancer Un Blog ?

6 Étapes Pour Bien Gérer Un Projet

103 Conseils Pour Réussir Sur Le Web

102 Stratégies Pour Trouver Des Clients - La Plus Complète

Réussir Son Plan Marketing

45 Conseils Pour Améliorer Votre Service Clients

Réussir Ses Cartes De Visite

112 Astuces Des As De La Vente

Prospecter Et Fidéliser Efficacement

Faire Connaître Un Petit Commerce

Rédiger Un Communiqué De Presse



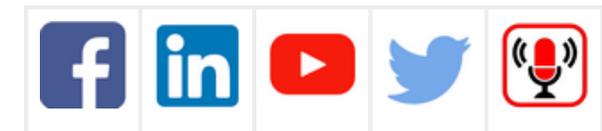
La Checkliste Analyse Concurrentielle

La Checkliste SEO



La Checkliste Article Blog

REJOIGNEZ-NOUS !



PUBS

La définition de la page d'accueil (ou Home Page en anglais) est la suivante : Une page d'accueil est la page sur laquelle pointe votre nom de domaine, et donc c'est la première page qui est visitée par les personnes qui tapent votre nom de domaine dans un navigateur internet.

C'est votre "vitrine" comme pour un magasin physique, ou votre brochure si vous remettez un document à vos prospects.

**La Homepage** (page d'accueil de votre site) est une page où vous essayez de répondre à l'ensemble des questions que pourrait se demander un visiteurs quel qu'il soit (client, prospect, prescripteur...).

Générale l'utilisateur qui visite la Home Page vous connaît déjà, a déjà entendu parler de vous... ou au contraire est arrivé en surfant sur le web sur une page de votre site, et il est ensuite remonté à l'accueil.

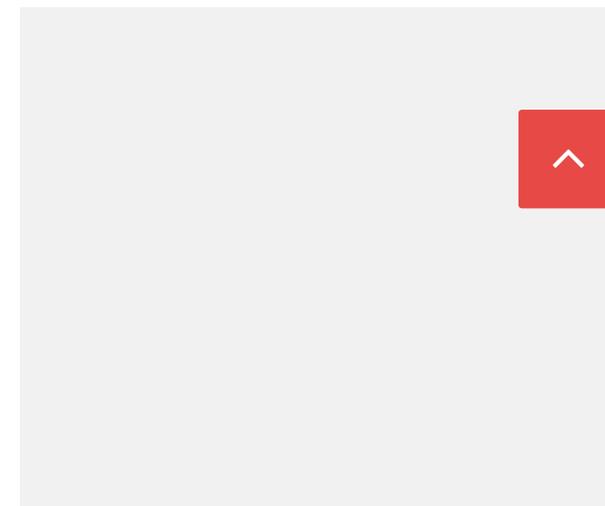
C'est donc la page qui fournit les informations générales sur votre site.

Elle aura probablement beaucoup de liens vers d'autres pages de votre site, car elle doit guider le parcours de l'internaute à l'intérieur de votre site web et lui donner toutes les informations sur votre entreprise (les produits, les prestations...).

C'est par exemple la "home page" de [ConseilsMarketing.com](http://ConseilsMarketing.com) :



La page d'accueil donne donc un maximum d'information, à la fois pour des clients, des prospects, des prescripteurs, des journalistes...



## MES GUIDES GRATUITS

En téléchargement les guides, vous recevrez également par email des conseils de ma part

A contrario, la page d'atterrissage ou landing page est plus spécifique et elle a 1 seul but.

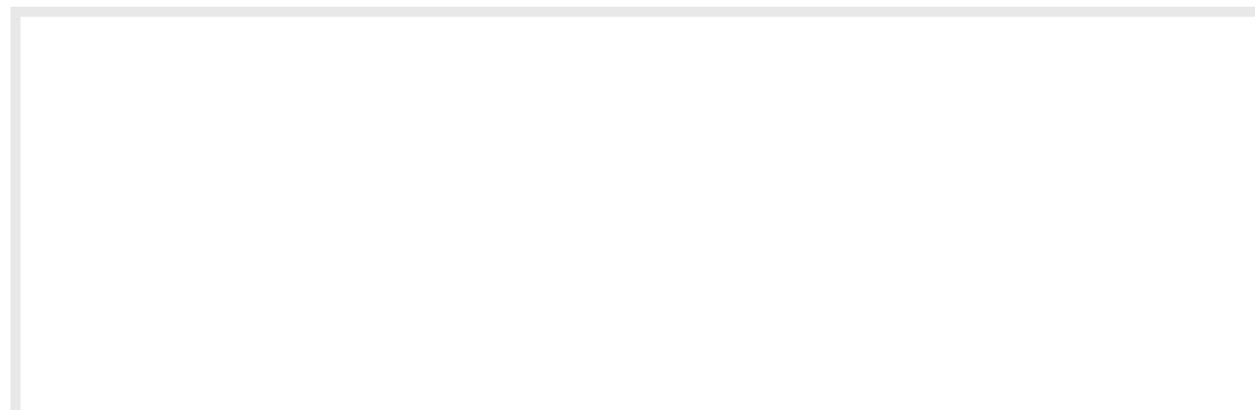
Elle vise à convertir un visiteur en un client qui achète un produit ou un service, ou incite un internaute à vous donner ses coordonnées.

Quel que soit votre activité, la page d'atterrissage est l'outil marketing que vous devez utiliser.

La landing page vous permet par exemple de :

- proposer un livre blanc à télécharger,
- Récolter les coordonnées de vos visiteurs,
- Chercher à vendre un service premium,
- Réaliser un webinaire payant,
- Vendre un produit spécifique,
- ...

En fait, les possibilités d'avoir une landing page sont nombreuses.



**eBook gratuit**

**21 jours pour  
Blogger  
Comme un Pro**



Email

Je veux aussi recevoir des conseils pour blogger comme un Pro !



Je vous offre mon guide  
**"100 conseils pour réussir sur le web "**

C'est le fruit de plus de 15 ans à travailler sur le web : je vous explique tout ce que j'aurais aimé savoir lorsque j'ai débuté sur internet...

JE VEUX LE GUIDE GRATUIT



**Guide Gratuit  
les bases du  
référencement  
sur Google**



Vous allez apprendre à attirer plus de prospects, améliorer votre conversion, rentabiliser votre temps, fidéliser vos clients...

**+ 10 minis guides pratiques (emailing, référencement...)**

*Vous recevrez également par email des conseils de ma part.*

Email

Je veux aussi recevoir des conseils pour monétiser mon site.

**JE VEUX LE GUIDE GRATUIT !**

Email

Je veux aussi recevoir des conseils pour optimiser mon site web

**JE VEUX LE GUIDE GRATUIT**



S'il faut retenir une définition simple et claire d'une landing page (ou page d'atterrissage), c'est celui-ci : **une landing page est une page web dédiée qui vise à pousser l'utilisateur de réaliser une seule action précise.**

Dans l'article « *Greatest Marketer of America* », le journal **American Way Magazine** écrit que pour Seth Godin, guru du marketing, une page d'atterrissage existe pour accomplir une seule de ces cinq actions:

1. Forcer le visiteur à cliquer (pour aller vers une autre page du site ou chez quelqu'un d'autre).
2. Forcer le visiteur à acheter.

3. Forcer le visiteur à donner la permission de le suivre à l'aide de ses coordonnées (par courriel, téléphone, etc.).
4. Forcer le visiteur à partager votre offre ou votre site à un tiers.
5. Forcer le visiteur à devenir actif sur votre site ce qui inclut poster un commentaire ou manifester toute autre forme d'engagement.

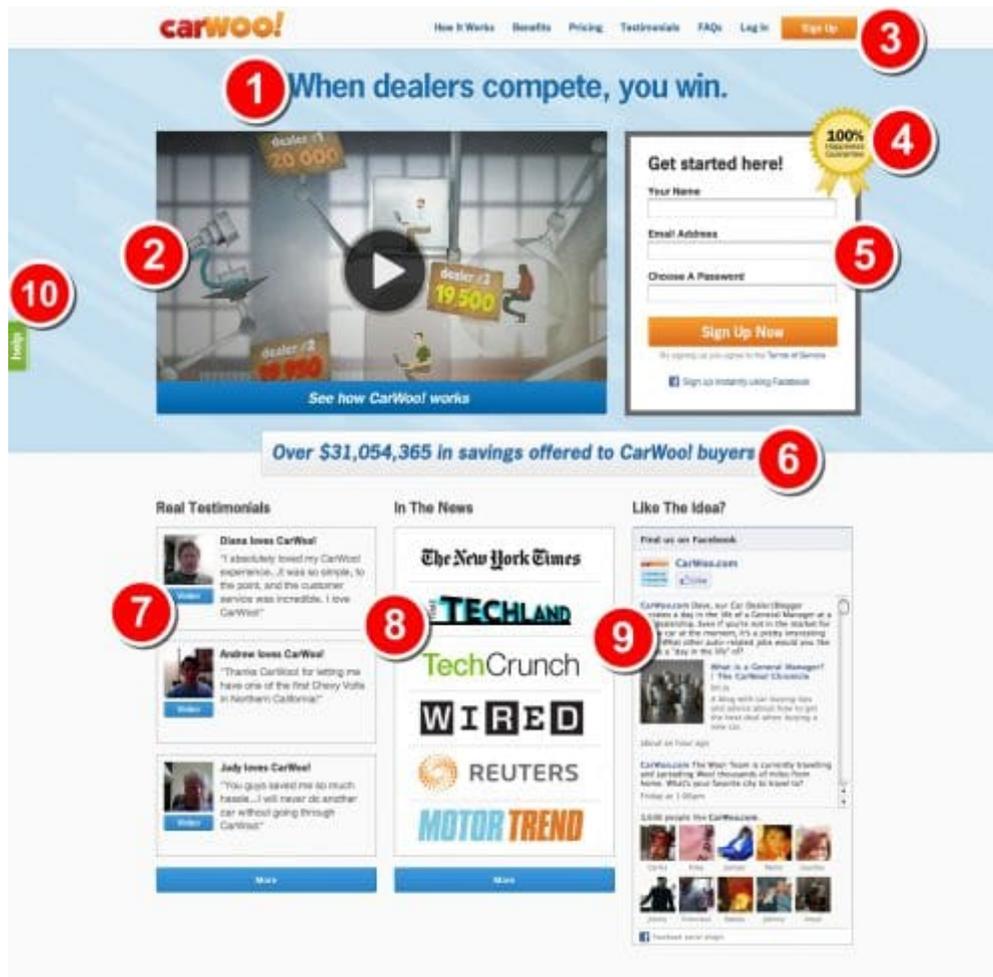
### Quels sont les avantages à posséder une page d'atterrissage optimisée?

 Je veux aussi recevoir des conseils pour optimiser mon site web

**JE VEUX LE GUIDE GRATUIT !**

### Guide offert :





Email

Je veux aussi recevoir des conseils pour mes actions marketing

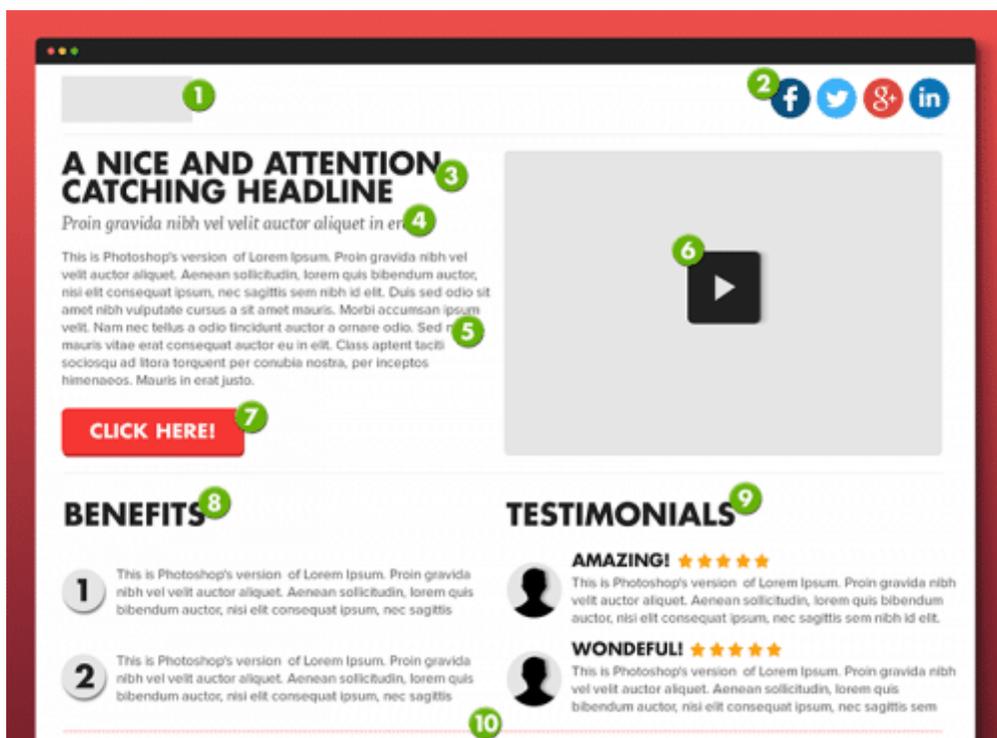
Si un site internet est indispensable pour avoir une présence, une landing page est indispensable pour économiser de l'argent et éviter de perdre des prospects pour rien...

Par exemple si dans vos annonces Facebook Ads, Google Adwords, les sponsoring de newsletter... vous mettez votre page d'accueil, c'est comme si vous disiez à votre prospect "Voilà tout ce qu'on fait, maintenant à toi de te débrouiller...".

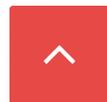
C'est clairement ce que l'on ne ferait jamais dans la vie, et pourtant sur le web c'est très courant.

Grâce à une landing page vous allez convertir plus de prospects en clients quand ils arriveront sur votre site Web, vous allez maximiser le retour sur l'investissement (ROI) de vos campagnes marketing et vous allez proposer une offre plus claire à vos prospects.

1 landing page = 1 objectif !



# Guide Gratuit Mieux Négocier & Vendre



Je veux aussi recevoir des conseils pour mieux négocier & vendre

Beaucoup d'entreprises font cette erreur : ils ne définissent pas l'objectif principal de leur landing page.

Ils ne précisent pas l'action que doit réaliser l'utilisateur, ils se contentent de dire "on va récupérer leur coordonnées" / "on va vendre le produit" / ...

Or la bonne landing page doit guider le visiteur à faire une seule chose précise et exacte, afin de se mettre à la place du client :

- pourquoi je devrais faire cela,
- qu'est ce qui va m'inciter à le faire
- ...

La formule doit être : **une landing page = un objectif = ce que le client doit faire et pourquoi**

- **Une bonne landing page est une page aérée, claire et visible** (les internautes décidant en moins de 3 secondes s'ils trouvent l'information ou pas sur votre site... ou s'ils partent !)
- **Une bonne landing page est une page qui renseigne directement l'utilisateur sur les bénéfices pour lui**
- **Une bonne landing page contient un appel à l'action simple et immédiat**
- **Une bonne landing page est une page qui se charge rapidement.** Pas besoin d'atteindre 7 secondes.

JE VEUX LE GUIDE GRATUIT



## Guide Gratuit pour débutants

**Kit de Survie  
de  
l'eCommerçant  
débutant**

100  
Pages



Email

Le but ultime d'une landing page est de forcer l'utilisateur à agir, à passer à l'action, à faire quelque chose de précis.

Vous pensez que c'est simple ?

Et bien non !

Si par exemple vous vendez un produit en ligne, cela peut être de :

- donner son mail afin de télécharger un ebook afin ensuite de vendre le service lié
- s'enregistrer pour un webinar gratuit pour éduquer et vendre son produit
- d'essayer votre produit, service ou logiciel pendant 30 jours
- découvrir un service pour 1€ le premier mois
- de payer directement le produit avec une promo de 50% limitée dans le temps
- d'avoir un diagnostic
- ...

J'ai remarqué que quelques uns des champions des landing pages sont dans la conception de landing page, pourquoi ?

**Car ils ont l'obligation de vous convaincre à utiliser leur solution via une page web, car ils n'ont pas d'autres moyens de vous faire acheter** (il n'y a pas de magasin, de réseau de distribution...).

Et pour eux la conversion de la landing page est la métrique la plus importante.

Ils se posent toujours ces questions :

- j'ai attiré combien de personnes sur ma page, et maintenant combien utilisent notre solution ?

Je veux aussi recevoir des conseils pour réussir dans l'eCommerce

JE VEUX LE GUIDE GRATUIT

## Guide gratuit Communication

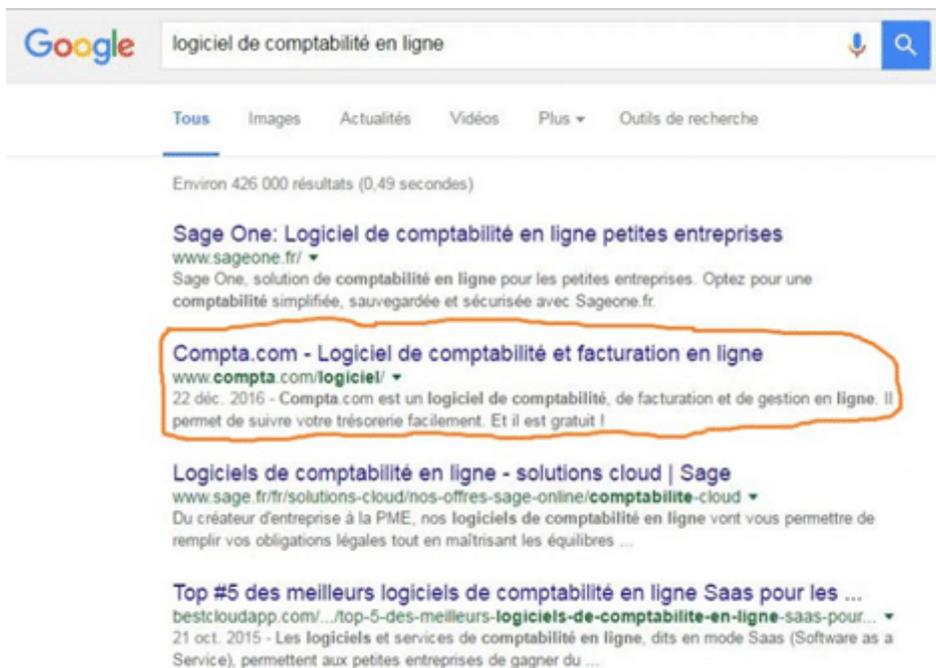


Email

- comment persuader plus de personnes à souscrire à mon service ?

Par exemple dans le domaine de la comptabilité en ligne.

Vous faites une recherche sur Google sur logiciel de comptabilité en ligne.



En première ligne des résultats, vous voyez : compta.com, **logiciel de comptabilité en ligne gratuit**.

Directement vous cliquez sur le lien et êtes dirigé sur la page qui vous décrit le logiciel, ses fonctionnalités et ses avantages.

Je veux aussi recevoir des conseils en marketing & communication

JE VEUX LE GUIDE GRATUIT

## Guide Gratuit Partenariats



Email



Je veux aussi recevoir des conseils en marketing & communication

[JE VEUX LE GUIDE GRATUIT](#)

FORMEZ VOUS AU GROWTH HACKING

Comme ils sont assez intelligents, ils ont mentionné essai gratuit de 30 jours. Convaincu, vous décidez de voir de quoi ça à l'air.



Inscrivez-vous

Utilisez la version gratuite sans limite de temps ou inscrivez-vous à la version premium et bénéficiez de 30 jours de découverte gratuits.

[Inscription](#)

Comme ils sont encore plus rusés que je ne le pensais, ils ne vous demandent même pas d'enregistrer carte bancaire. Vous avez juste besoin de mettre votre adresse mail...

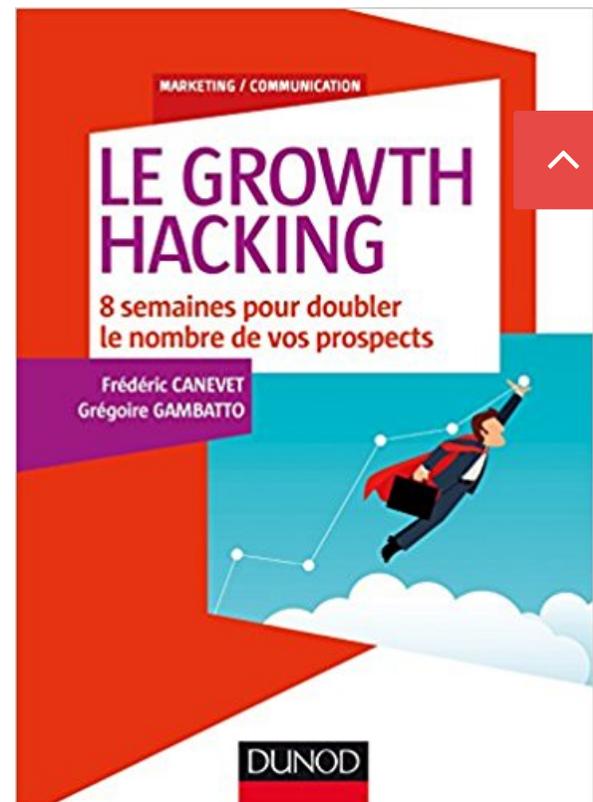
Bang ! Vous êtes pris dans la spirale. Votre tunnel de vente est enclenché. Vous voilà engagé....



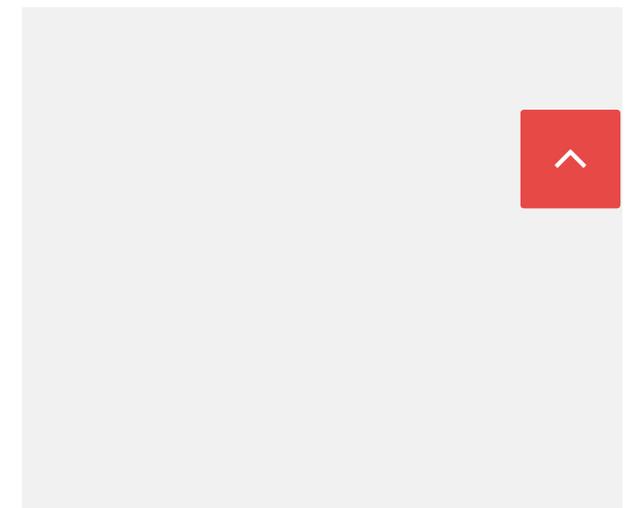
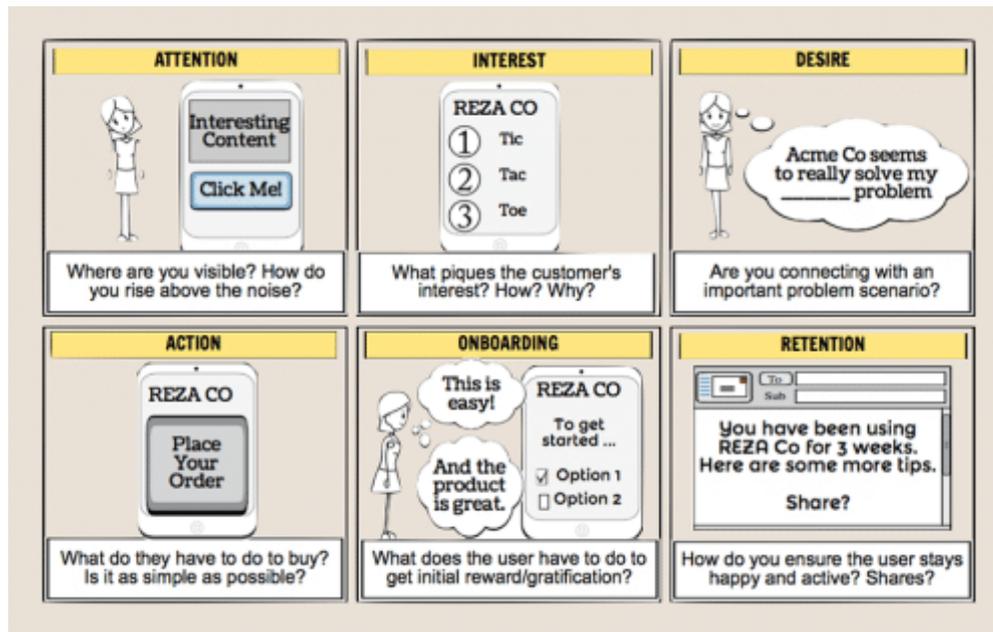
Voilà comment cette entreprise a réussi à capter votre adresse Email d'une façon simple.

Vous voyez comment ça se passe non ?

Plus tard ils vous enverront des messages pour vous persuader de commander l'offre payante, en essayant différents arguments, différentes promotions, différents appels à l'action...



PUBLICITÉS



## VOUS AVEZ BESOIN D'AIDE ?

---

Dans un premier temps utilisez le moteur de recherches, il y a des centaines d'articles.

Ensuite vous avez nos [eBooks payants et gratuits...](#)

**Vous ne trouvez toujours pas une solution ?** Laissez un commentaire sur [cette page !](#)

## PARTENAIRES

---

Intelligent n'est-ce pas ?

Voilà l'un des rôles d'une landing page... engager le client vers la vente !

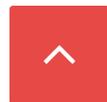
Ça vous a plu ? Vous voulez aussi en posséder une ou savoir comment construire la vôtre ?

Pas de panique.

Voici 4 fondamentaux que votre landing page doit contenir.

Je vous promets qu'à la fin, vous saurez détecter une bonne landing page d'une mauvaise landing page.

Manager Go, Savoirs & savoir-faire pour cadres et dirigeants pressés



## Utiliser un bon titre



## LOCATIONS DE VACANCES EN BRETAGNE

Écoutons les propos de deux experts dans le marketing et le copywriting.

Eugene Schwartz disait : "Le but d'un titre est de faire en sorte qu'ils lisent la deuxième ligne. Le but de la deuxième ligne est de leur faire lire la troisième ligne. Le but de la troisième ligne est de leur faire lire la quatrième ligne. Le but de la quatrième ligne est de..." et ainsi de suite.

Pour David Ogilvy, "En moyenne, 5 fois plus de gens lisent le titre que le reste du texte."

Vous voyez, le titre est capital dans la construction de votre landing page.

En fait il est l'élément le plus central, comme pour un article de blog ou un article de journal :



**Un bon titre va captiver l'attention de vos prospects et leur montrer ce qu'il y a d'important pour eux.**

Un mauvais titre les fera fuir tout simplement, et un titre moyen va simplement les faire marche arrière pour aller chercher la solution chez un concurrent.

Donc vous devez soigner vos titres jusqu'à ce qu'ils soient parfaits.

Exemple d'un bon titre pour une landing page pour un logiciel saas de gestion de projet:

- **Eliminez 99% de vos tâches en moins de temps**

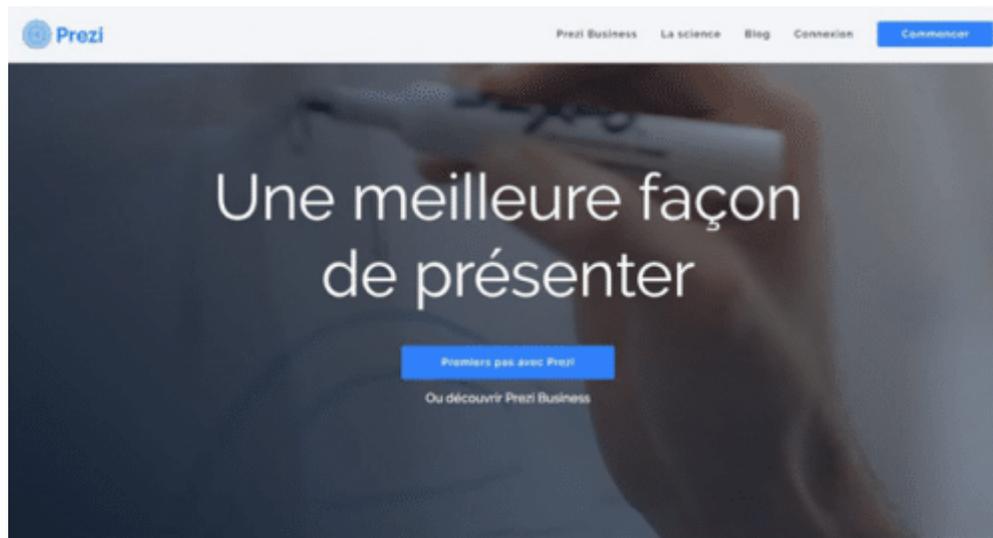
**Voici l'illustration avec le logiciel de création de présentations Prezy.**

Une page sobre, épuré. Un discours titre centré et bien visible. Accompagné d'un appel à l'action fait d'un bouton bleu.

Le titre indique qu'il s'agit de la meilleure façon de réaliser ses présentations.

Certainement à l'opposé de Powerpoint de Microsoft qui est réputé touffu et difficile à maîtriser.





## Voici une méthode pour faire des titres qui persuadent à coup : **La méthode Front-loaded Headlines**

Un front-loaded headlines est un titre où on place la valeur en premier.

Ce titre a le mérite d'intéressé très rapidement l'utilisateur. Il voit vite ce qu'il y gagne.

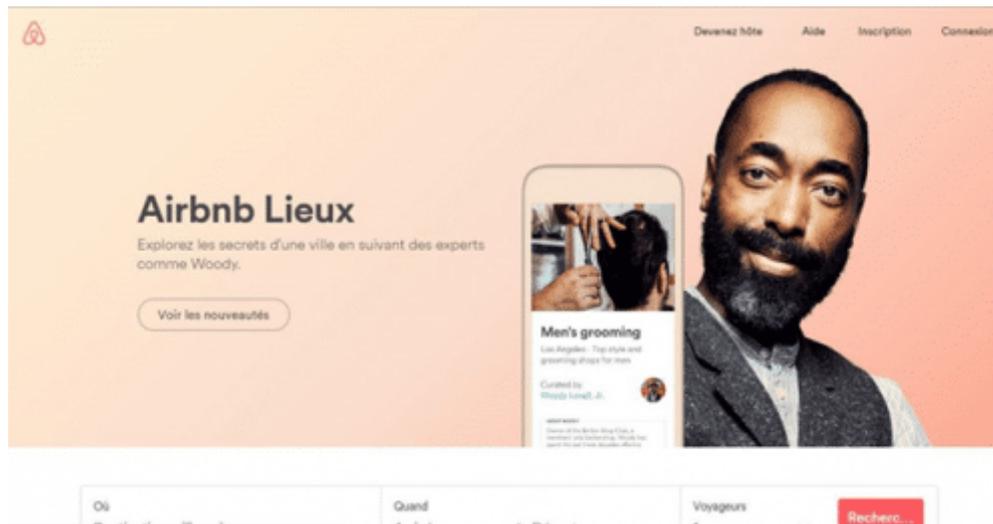
Exemple :

**Eliminez 99% de vos tâches en essayant ce logiciel**

Vous observez qu'il est plus efficace que :

**Essayer ce logiciel pour éliminer 99% de vos tâches**

Exemple d'AirBnB qui met l'accent sur la découverte des secrets des villes. un titre qui mise sur la curiosité et le mystère.



## Souligner les bénéfices et les caractéristiques

**Bien de gens font souvent l'erreur de confondre bénéfices et caractéristiques.**

Les caractéristiques représentent le produit ; tandis que les bénéfices représentent ce que le produit est censé apporter ou offrir à l'utilisateur.

Voici quelques illustrations de la différence entre les deux :

**A FEATURE IS . . .**

What  
something  
**IS**

**A BENEFIT IS . . .**

What  
something  
**DOES**

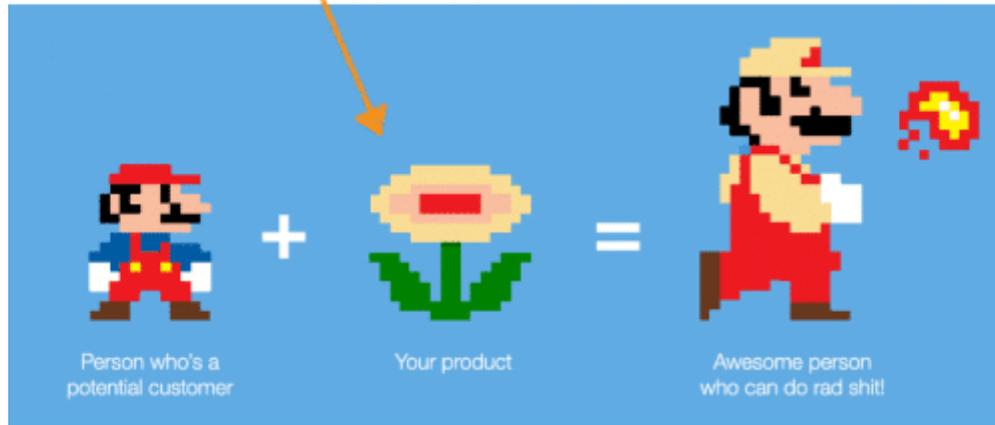


## What's driving your messaging?

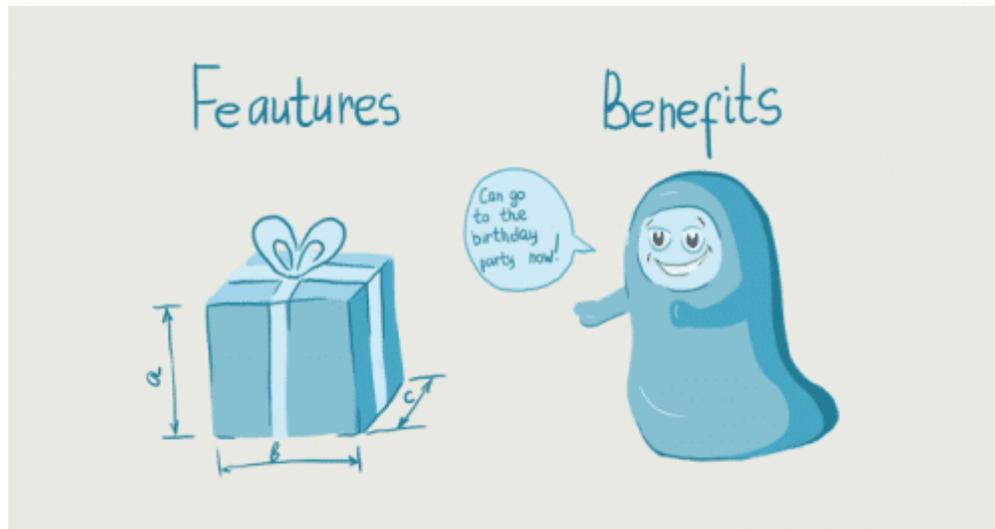
Features	Benefits
Greek yogurt is nutritious and packed with protein	Choosing Greek yogurt makes you healthier and more satisfied
These tissues have multiple cushiony layers and are velvet to the touch	These tissues will soothe your nose and will make your cold as luxurious as it can be
This medicine has 500mg of acetaminophen	One dose of this medicine will relieve your headache and let you enjoy your day
This phone case is made with layers of carbon fibers and reinforced plastic	With this case, your phone could survive any fall
The computer has 8GB of RAM and a 3GHz quad-core processor	You'll be able to work AND play at lightening speed on this computer



This isn't what your business makes



This is



### Features:

Made of aluminum  
Round  
3 Inch Circumference  
5 Inches tall  
Pop tab to open it  
It is red in color  
Rim near the top



### Benefits:

Keeps your drink colder for longer  
It's recyclable, help the environment  
Fits perfectly in your hand  
Keeps your beverage fresh till you are ready to drink it  
It is spill proof before you open it  
It will match your outfit and make you look good  
Makes it easy to drink so you don't drool all over yourself and look foolish!

An infographic on a blue background divided into two sections. The left section is titled "FEATURES" and shows a white outline of an umbrella. Three callout boxes point to different parts: "Unbreakable" points to the canopy, "Cloth" points to the top edge, and "Wood" points to the handle. The right section is titled "BENEFITS" and shows two white outlines of umbrellas. Above the first umbrella is a yellow sun icon, and above the second umbrella is a white cloud with blue raindrops icon.

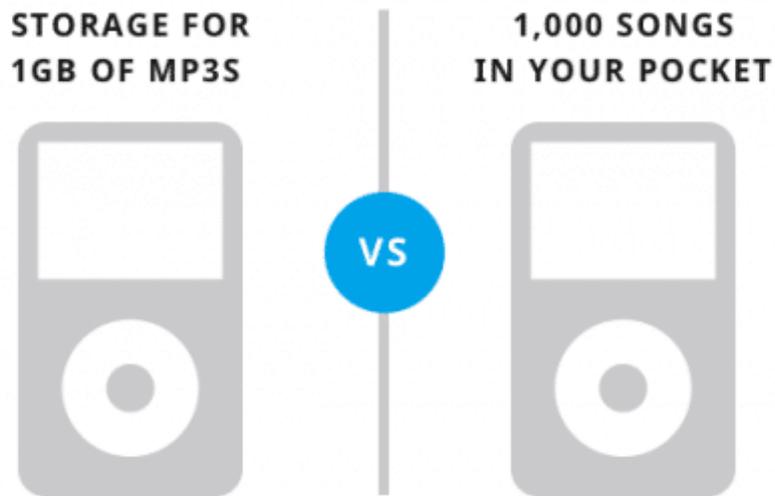
FEATURES

Unbreakable

Cloth

Wood

BENEFITS



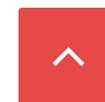
Sur les bonnes landing pages, vous verrez toujours une section qui décrit ce qu'est le produit, ses fonctionnalités et ce qu'il peut faire bénéficier à l'utilisateur.

Généralement copywriters mettent côte-à-côte bénéfices et caractéristiques. C'est totalement une confusion. Cela ne facilite pas une bonne compréhension pour l'utilisateur.

Il faut mettre l'accent sur le bénéfice ou sur les résultats à apporter car c'est ce que recherche l'utilisateur.

Donc ne pas confondre ces deux éléments.

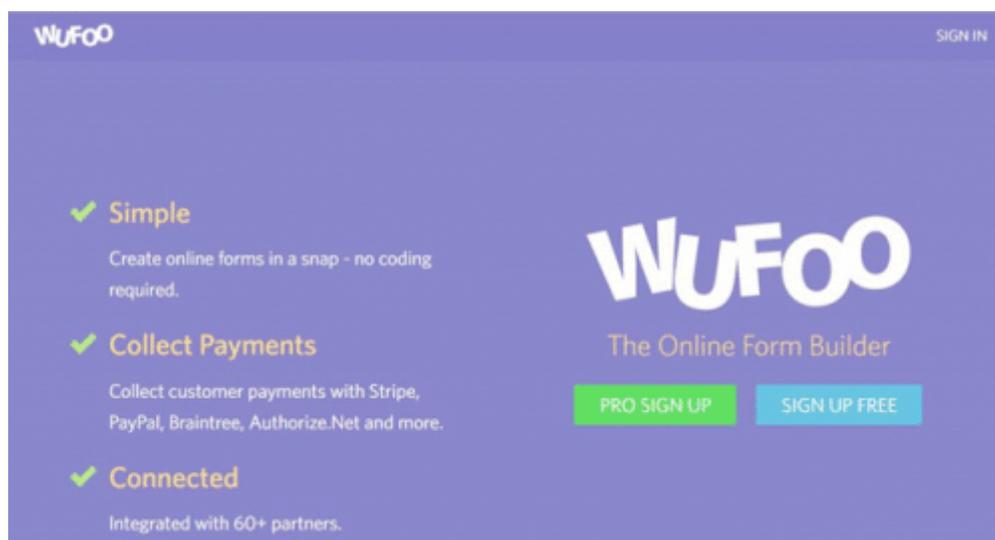
Conceptualisons ça.



- **Caractéristiques** : le nouveau Samsung S14 possède un écran Gorilla Z8
- **Avantage** : il augmente la solidité de l'écran de 35% par rapport à tous les autres téléphones au monde.
- **Motivateur** : il supporte tous les chocs et permet au téléphone de mettre plus longtemps.

Avec ces éléments, un utilisateur qui est plus porté vers la sécurité de son appareil verra plus d'arguments pour acheter ce téléphone imaginaire.

Voici un exemple avec Wufoo :



Cette page de Wufoo est riche d'enseignement à plusieurs égards.

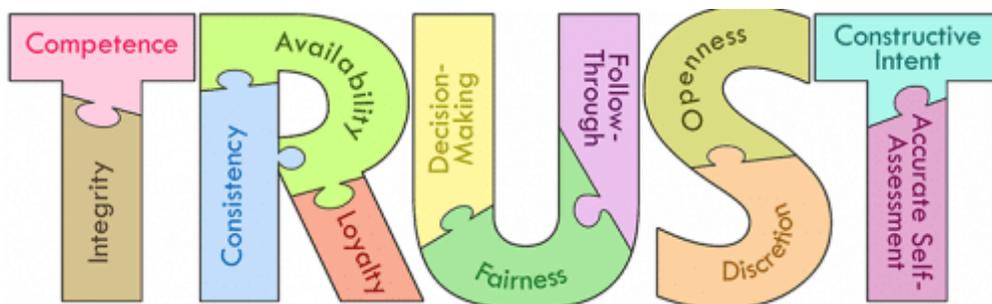
Elle affiche clairement les avantages à obtenir:

- paiements intégrés;
- collecte simple de paiement;
- utilisation facile.
- Pas besoin d'être développeur web.

De plus, il propose deux boutons d'appel à l'action qui disent quoi faire simplement.



### Bâtir la confiance/ Montrer sa crédibilité



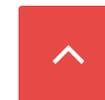
L'être humain aime se rassurer avant d'acheter.

Il n'aime pas être le premier cobaye d'un produit ou d'un service.

**Car ce qu'il recherche avant c'est la solution à son problème. C'est la bonne expérience. La meilleure possible.**

Et lorsqu'il voit des gens qui utilisent un truc, il se dit que ça doit être super intéressant.

Pour résoudre ce problème, je vous donne 3 techniques simples.



- **Les critiques ou témoignages** : Vos clients ont-ils déjà manifesté leur satisfaction par écrit ? Mettez ça dans la section « ils nous ont fait confiance ».
- **Les clients actuels** : Vous avez des clients avec lesquels vous travaillez déjà ? Citez-les dans l'espace approprié. Mettez leur logo.
- **Les gros chiffres** Vous avez déjà servi plus de 100 clients ? Précisez-le... « *Utilisé par plus de 1000 personnes* »: cette expression vous dit quelque chose? Et bien quand le client voit ça, il se dit : waouh ! Que cela doit être super cette solution ! Et le voilà qui commande votre offre.

Prenons un exemple simple.

Facebook avec ses 1.5 milliards d'utilisateurs.

Si je voulais faire une campagne marketing pour acquérir de nouveaux utilisateurs Facebook, je dirais ceci: ***2 milliards de personnes utilisent notre service dans le monde.***

Du coup je prouve que ma plateforme est pas mal plébiscitée.

Une personne non inscrite sur le réseau social va se dire : « *Ben, je suis donc le dernier* ». Et vlan ! Le voilà déjà inscrit.

Voici un exemple avec les témoignages clients ayant utilisé la solution Prezy :



«Prezi aide à réinventer l'art de la présentation.»

**TED** Chris Anderson  
CEO de Ted

«"Prezi a permis à notre personnel commercial de communiquer efficacement tout ce que nous essayons de faire en tant qu'entreprise."»

**Verifone** Jeff Wakefield  
Jeff Wakefield, VP des ventes, Verifone



Ou encore les témoignages des chauffeurs d'Uber manifestant leur satisfaction de l'application :

UBER Passagers Chauffeurs Villes AIDE CONNEXION DEVIENEZ CHAUFFEUR

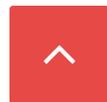
Au volant  
Rencontrez nos chauffeurs



- J'ai commencé à conduire avec Uber, car j'ai jamais l'idée de gagner de l'argent avec ma propre voiture. Après quelques semaines seulement, j'ai compris que c'était ce que je voulais vraiment faire. -  
*Brandon, entraîneur et partenaire à Chicago*

- Je voulais faire quelque chose qui me permettrait de rencontrer de nouvelles personnes et de sortir de chez moi. Uber m'a aidée sur ces deux points et en plus je découvre de nouveaux quartiers de la ville que je n'avais jamais vus avant! -  
*Katrina, mère de famille et partenaire à Seattle*

- Uber me donne l'opportunité de faire mes gâtes gagner de l'argent. -  
*Jerry, chef d'entreprise*



Ou encore les marques ayant utilisées Wufoo :

Trusted by some of the most popular brands on the web.



## Appel à l'action



Les appels à l'action sont ces boutons qui disent ce qu'il faut faire, comme leurs noms l'indiquent, ils indiquent comment passer à l'action !

Or certaines entreprises font une erreur : elles mettent un petit bouton !

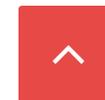
Votre bouton d'appel à l'action devrait être de grosse taille. Il faudrait qu'un aveugle puisse le lire.

Car après avoir lu votre titre et trouvé ce qu'il y a d'intéressant pour eux, les lecteurs doivent pouvoir passer à l'acte.

Un bon appel à l'action doit être :

- **1. Bien visible** : Un bon gros bouton de sorte qu'il puisse être vu à 8 mètres.
- **2. Précis** : Votre appel à l'action doit spécifier explicitement ce que doit faire le lecteur. Je vois encore ceci sur des sites web : **Mettez votre mail ici**. Mettez plutôt

“je veux le guide” avec un champ avec “email” au dessus.



- **3.Persuasif et centré sur le bénéfice.** Au lieu de dire : *inscrivez-vous à notre newsletter*, dites plutôt *“recevez en exclusivité une méthode pour apprendre à XXX en 1 mois”*. ***C'est plus concrets et cela apporte plus de bénéfices qu'une newsletter !***

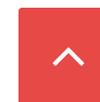
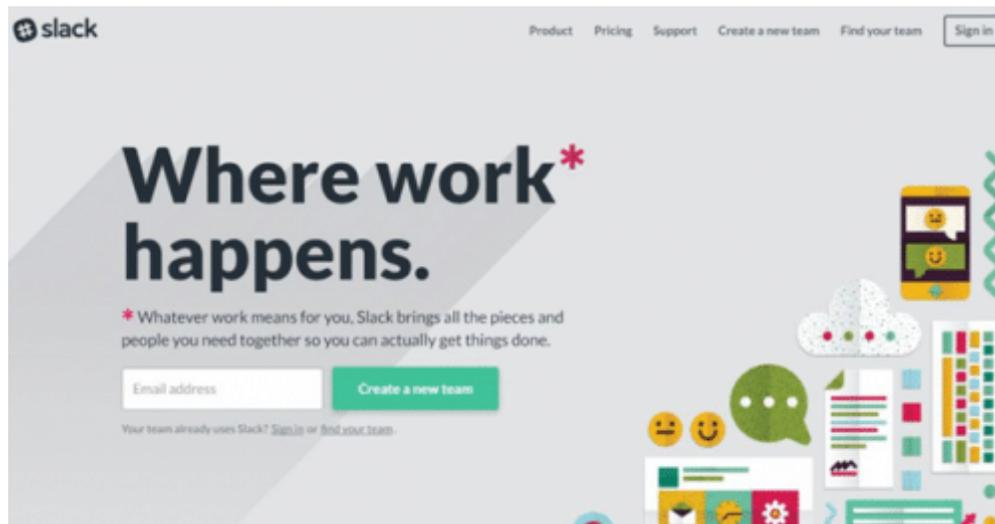
Autre mauvais exemple : “Suivez-vous sur Facebook...” Vraiment que gagne l'utilisateur?

Il faut que cela soit motivant. Modifions ça.

On obtient ceci: ***“Découvrez des exclusivités sur notre page Facebook, pour obtenir un bon de réduction de 5 €”***. Ceci sonne nettement meilleur que le simple : *suivez-nous sur Facebook*.

Votre appel à l'action, doit contenir des verbes d'action et des mots à fort pouvoir de persuasion comme : gratuit-exclusif-nouveau, découvrez d'autres expressions efficaces ici.

Un outil comme Slack.com encourage directement l'utilisation à entrer son email pour pouvoir utiliser le produit, c'est hyper simple, hyper rapide et hyper efficace.



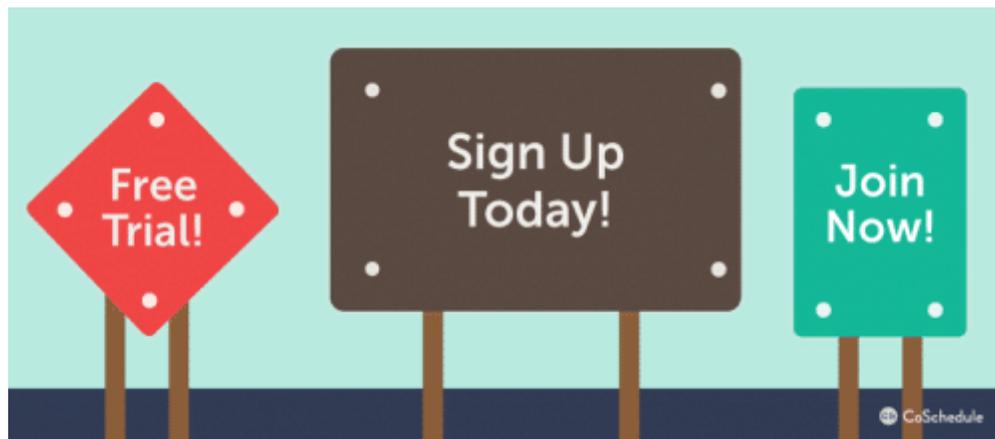
Tout comme le service de transfert de fichier, Transfertnow qui incite à créer un compte gratuit.



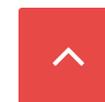
Ou encore Uber qui propose une section à droite de sa page pour pousser les gens à s'inscrire avec deux options: Le mode utilisateur ou mode chauffeur.



Quels sont les meilleurs verbes à utiliser dans votre appel à l'action ?



Pour vous faciliter un peu la tâche, voici une petite liste d'appels à l'action.



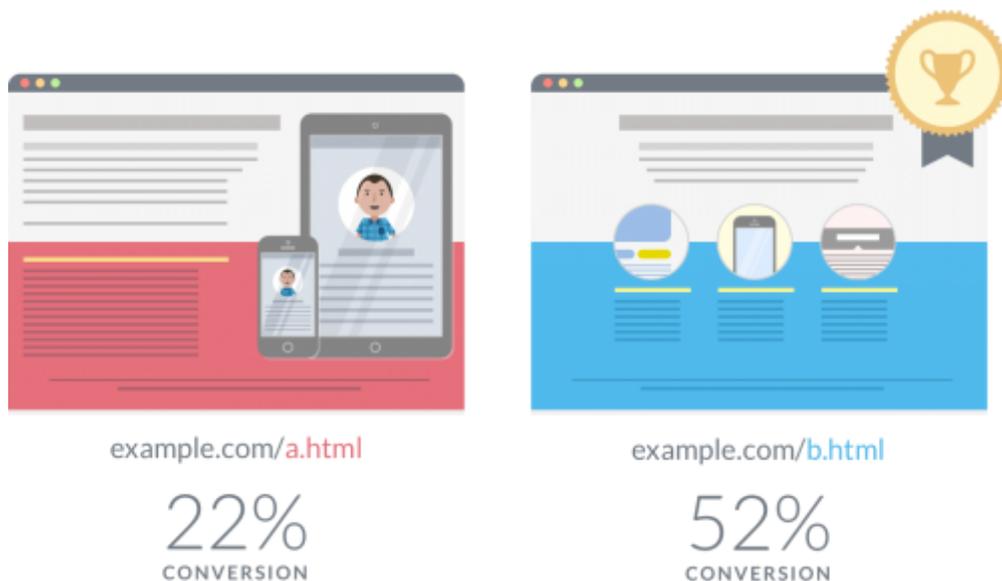
- Commandez
- Achetez
- Réservez
- Boutique
- Trouvez
- Comparez
- Téléchargez
- Rejoignez
- Gagnez
- Agissez dès maintenant
- Envoyez votre nom
- Envoyez gratuitement
- Téléchargez maintenant
- Inscrivez-vous gratuitement
- Demandez-le gratuitement
- Liste de réductions incluse
- Soyez le premier à vous qualifier
- Livret gratuit
- Obtenez votre devis gratuitement
- Rentrez votre email pour recevoir le document
- Cliquez-ici
- Téléchargez gratuitement votre ebook
- Recevez un échantillon gratuit
- Essayez gratuitement durant 30 jours.

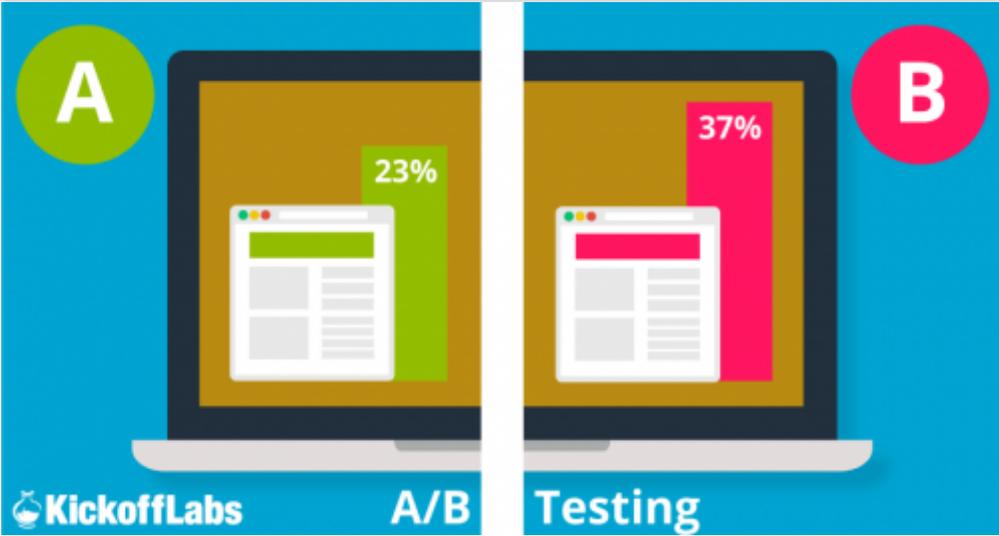
Notez bien que cette liste n'est pas exhaustive, ce ne sont que quelques exemples.

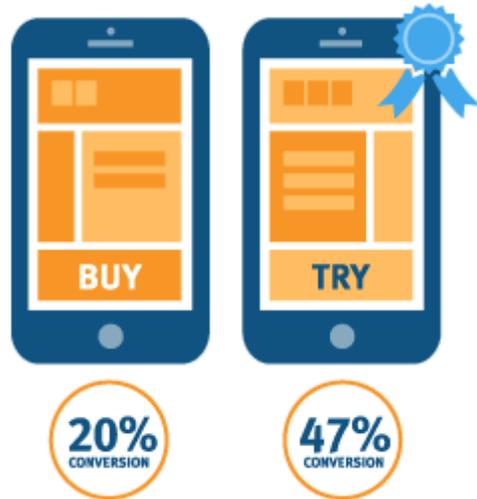
Il est impossible de vous dire celui qui sera le plus performant car chaque secteur, niche, produit est différent ; mais votre meilleur CTA (appel à l'action) est celui qui vous donne le meilleur taux de conversion.

Réaliser un test (ce qu'on appelle l'A/B testing) est donc la seule façon de savoir celui qui va performer le mieux.

Voici quelques illustrations de ce principe :







Il n'y a qu'une seule chose qui est vraiment certaine – ne pas avoir un CTA est une erreur, car parfois de petits changements peuvent avoir de gros impacts...

**Petit conseil 1 :** *Votre appel à l'action doit contenir des verbes d'action et des mots à fort pouvoir de persuasion comme : gratuit-exclusif-nouveau-prouvé-testé-efficace...*

**Petit conseil 2 :** *Si vous avez une longue landing page, assurez-vous d'avoir au moins un CTA après chaque section afin de maximiser sa visibilité et la conversion.*

**Petit conseil 3 :** *Rendez votre appel à l'action bien visible. Il faut laisser un peu d'espace autour de votre Appel à l'action pour que le visiteur puisse bien le voir. Pour accentuer sa visibilité, il est convenable de mettre un gros bouton ainsi qu'une couleur lumineuse qui frappe l'attention.*

# Comment créer et construire une landing pages avec WordPress ?

**Purlem's Wordpress Extension makes it easy to created Personalized Landing Pages.**  
Personalized URLs are a great way to provide personalized and relevent information that will increase conversion rates and get results!

[Learn More about Purlem's Wordpress Extension](#)



Vous venez de voir les caractéristiques d'une belle landing page... il ne reste plus qu'à la faire !

Sauf à être un designer, c'est souvent le plus compliqué pour un débutant...

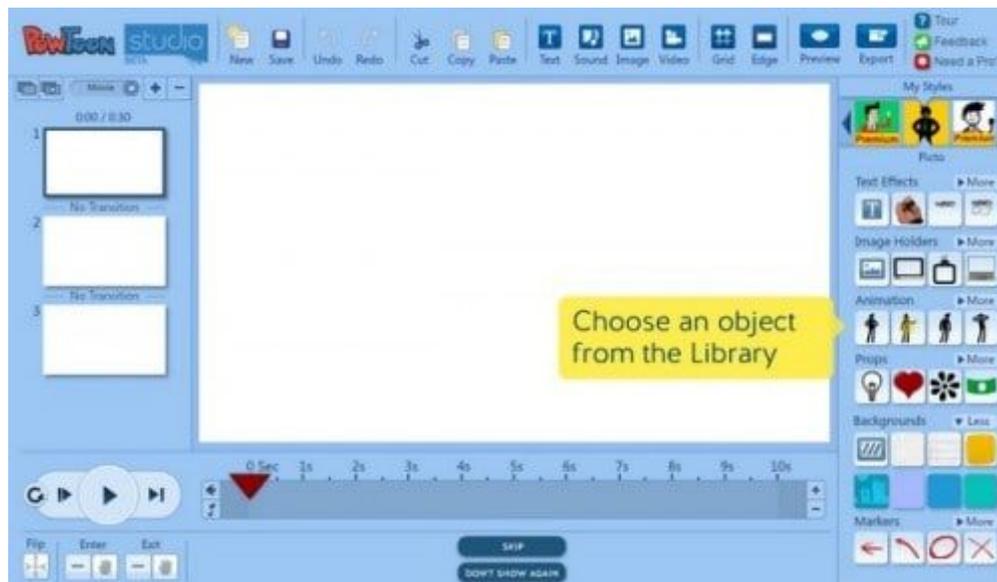
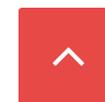
Or il existe 3 méthodes pour obtenir en quelques dizaines de minutes des landing pages belles et efficaces.

## 1 – Faire appel à une agence.

Pour environ 500 à 1000 €, vous pouvez disposer d'une landing page adaptée à vos besoins, avec un design respectant votre charte graphique.

Généralement l'agence vous propose des modèles clés en main (ou vous venez avec celui qui vous inspire le plus comme dans cet article !), et vous n'avez plus qu'à écrire vos textes dans Word pour que l'agence remplisse la page.

*Astuce de pro : pour l'animation si vous n'avez pas beaucoup de temps ou de compétences, vous pouvez utiliser des outils de création de "dessins animés" en ligne comme Powtoon ([version gratuite pour un dessin animé de 30 secondes sur ce lien](#)).*

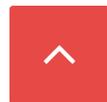


## 2 – Utiliser des modèles “clés en mains” à personnaliser

Si vous avez WordPress, ou même un simple site HTML, vous avez des modèles de landing pages à personnaliser avec vos informations.

Ces modèles coûtent moins de 60 \$, et vous obtenez une landing page superbe, en quelques dizaines de minutes de travail.

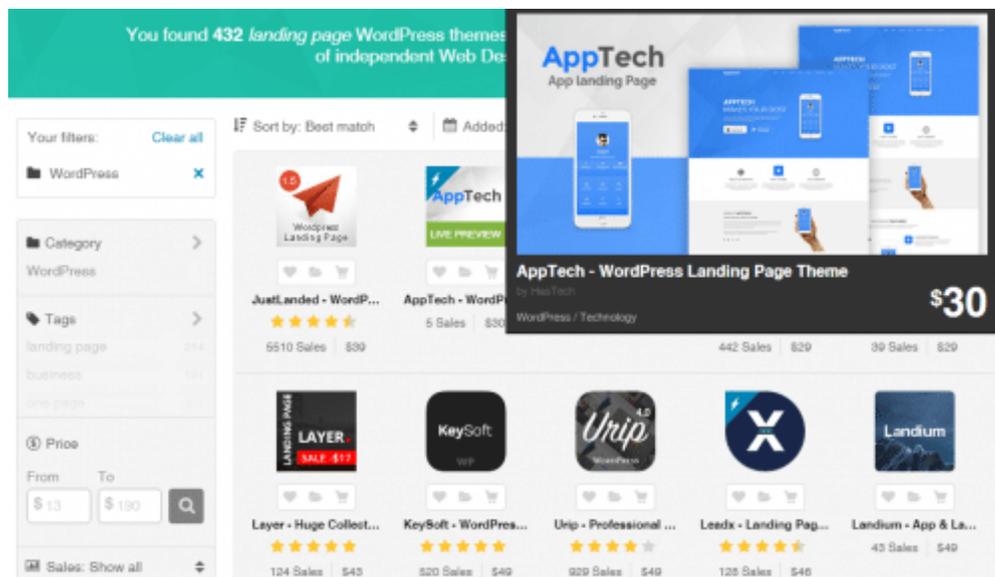
L'inconvénient étant que la charte graphique (couleurs, polices...) ne sont pas toujours exactement les mêmes que votre site (qui souvent fera "cheap" par rapport à votre landing page.



C'est ce que ConseilsMarketing.com a utilisé pour la landing page de la "[Buzz Checklist](#)" : un modèle de [ThemeForest.net](#).

L'avantage c'est que thème forest propose des dizaines de landing pages ([voir ce lien pour voir plus de 350 modèles](#)) pour :

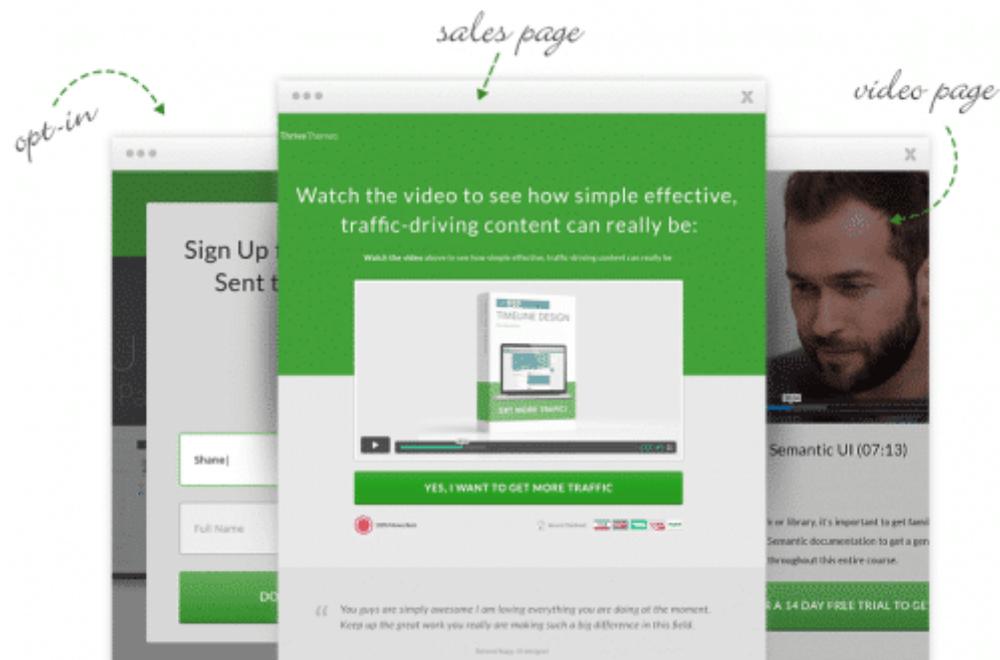
- les Apps mobiles
- les startups
- le B2B
- ...



### 3 – Utiliser un outil de création de pages sur mesure comme Thrives Themes



L'avantage de cet Thrives Theme est de pouvoir réaliser en quelques minutes des landing pages sûr mesure et hyper pro.



Cela demande un peu plus de temps, mais le résultat est souvent plus adapté, et surtout vous pouvez faire vos propres tests (images, textes...).

Par exemple c'est ce que [ConseilsMarketing.com](https://conseilsmarketing.com) a utilisé pour la landing page de la [Star-Marketing-Academy.com](https://star-marketing-academy.com) :

## En conclusion...



# Anatomy of an Effective Landing Page

The image shows a screenshot of a HubSpot landing page for a webinar titled "Free Webinar: How to Improve Your Sales & Marketing Alignment". The page is annotated with several callouts:

- Limited navigation:** An arrow points to the top navigation bar.
- Quick scan details:** An arrow points to the "Webinar Details" section, which includes the date and time, duration, and speaker information.
- Image that supports topic:** An arrow points to a photo of two people high-fiving, with "Sales" and "Marketing" labels.
- Bullet points of what will be covered:** An arrow points to a list of three bullet points under the heading "The webinar will cover:".
- Share links help people promote your webinar:** An arrow points to social media sharing links for Twitter, Facebook, and LinkedIn.
- Shorter forms above the fold are better:** An arrow points to a registration form with fields for "First Name" and "Last Name" and a "Reserve Your Spot" button.

Maîtriser les 4 fondamentaux de cet article est essentiel pour créer des landing pages qui capturent des prospects :

- La mise en forme
- Le titre
- Le contenu
- L'appel à l'action

Une fois que votre page est en ligne, il faut suivre ses indicateurs de performance, et faire des tests pour voir s'il est possible de les améliorer.

Ce n'est que de cette façon que vous pourrez construire un business durable sur le web.

A votre tour, quels sont les secrets du succès de vos pages d'atterrissage ?

On aimerait en profiter. Dites-les nous dans les commentaires !



Obtenir **plus de prospects**, c'est simple  
Il suffit d'améliorer sa **conversion** !

Découvrez dans ce guide **gratuit** de **95 pages** **52 optimisations simples à mettre en place dès demain** sur votre site internet, votre Blog pour améliorer la conversion des visiteurs en prospects.

Avec très peu d'efforts vous **pouvez multiplier par 2 ou 3 le nombre de vos prospects !**

*Vous recevrez également par email des conseils de ma part.*

Je veux aussi recevoir des astuces pour optimiser mon site

**JE VEUX LE GUIDE !**



Vous voulez en savoir plus ?

Si vous voulez en savoir plus sur le copy-writing et les landing pages, rendez vous sur le site Steve Wantong, [BloggingMalin.pro](https://bloggingmalin.pro).

Steve y donne des conseils aux éditeurs de logiciels SaaS et les entreprises sur le internet à attirer, convertir et fidéliser leurs prospects à l'aide des contenus pertinents, qualitatifs et persuasifs.

Faites appel à un rédacteur d'articles B2B !



 Like 130 people like this. [Sign Up](#) to see what your friends like.

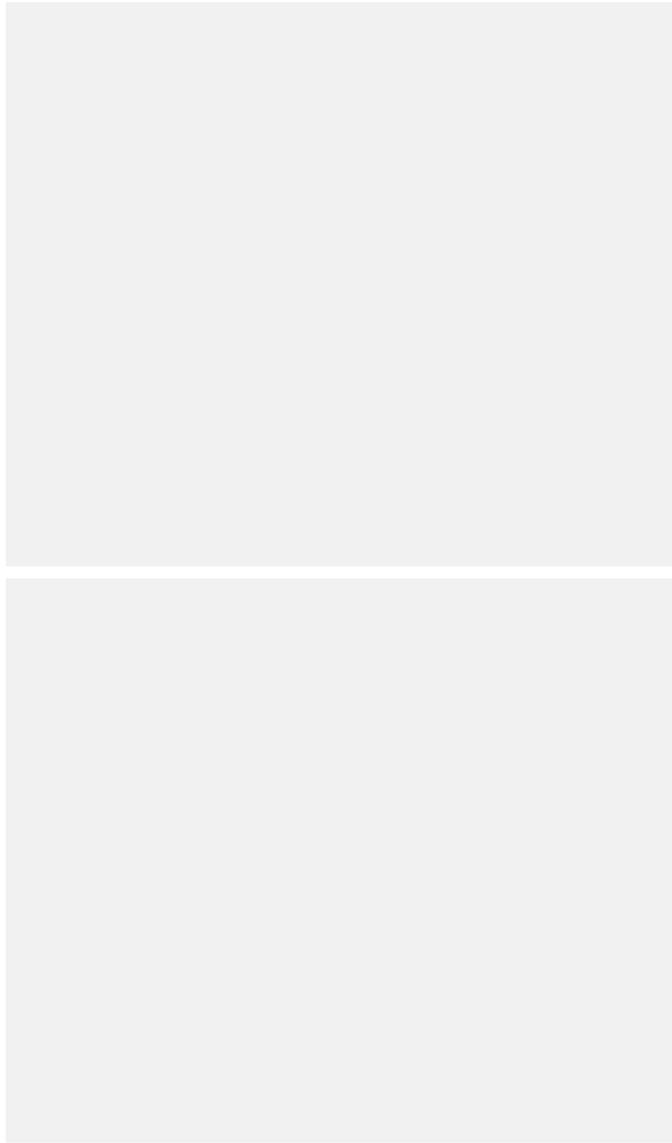


JE VEUX RECEVOIR 10 GUIDES GRATUITS !

Je veux aussi recevoir des conseils et des astuces pour m'aider à développer mon activité

# Recevez GRATUITEMENT 10 guides pratiques !



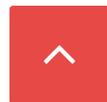


Posted in Promotion Tagged , exemple de landing page la landing page landing page  
adwords landing page application mobile landing page avec formulaire landing page  
avec wordpress landing page b2b landing page best landing page best  
practice landing page blogger landing page bootstrap free landing page

builder landing page cms landing page conseils landing page content landing page conversion landing page course build killer landing pages in two hours landing page cpa landing page cpa offer landing page creator landing page css landing page dating landing page définition landing page demo landing page design landing page doi landing page e commerce landing page ebook landing page efficace landing page email landing page en français landing page event landing page exemple landing page exemple landing page explication landing page for app landing page formulaire landing page français landing page google landing page google adwords landing page google analytics landing page gratuit landing page hosting landing page hotel landing page ideas landing page immobilier landing page in facebook landing page in french landing page in liferay landing page in wordpress landing page inspiration landing page internet landing page is landing page k-link landing page keren landing page key elements landing page key metrics landing page keywords landing page kickstarter landing page kissmetrics landing page kit landing page kompozer landing page kpis landing page la definition landing page lander landing page launchrock landing page layout landing page lead generation landing page liferay landing page lillian osborne landing page mailchimp landing page mailing landing page marketing strategy landing page microsoft landing page mobile app template landing page mockup landing page model landing page module prestashop landing page monkey landing page movie cpa landing page navigation landing page nedir landing page network marketing landing page new york landing page newsletter landing page not set landing page not set google analytics landing page nouveau facebook landing page nulled landing page nulled wordpress landing page o que é landing page on facebook landing page one page landing page online landing page online tool landing page optimierung landing page optimisée landing page optimization landing page optimization best practices landing page optimization for dummies pdf landing page pardot landing page php landing page pinterest landing page plugin landing page



plugin wordpress landing page portfolio landing page pour application mobile landing page prestashop landing page prix landing page psd landing page qmul landing page qu&#39 landing page quality landing page quality score landing page quality score checker landing page que es landing page questionnaire landing page questions landing page qui convertit landing page quotes landing page rate landing page react landing page recommendations landing page redirect landing page relevance landing page report google analytics landing page requirements landing page reviews landing page rotator landing page rules landing page sea landing page seo landing page service landing page shopify landing page simolife landing page simple landing page site landing page size landing page startup landing page sur wordpress landing page template landing page template html landing page template html5 landing page template psd landing page the family landing page themeforest landing page tool landing page traduction landing page tuto landing page ui landing page unbounce landing page under construction landing page under construction free landing page unifi landing page university landing page url landing page url best practices landing page user experience landing page ux landing page value proposition landing page vibe landing page video landing page video background landing page video facebook landing page vintage landing page visual composer landing page vs homepage landing page vs microsite landing page vs website landing page web landing page web design landing page what is landing page wiki landing page wikipedia landing page wordpress landing page wordpress free landing page wordpress plugin landing page wordpress theme page atterrissage perfect landing page réussir sa landing page



---

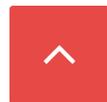
PREVIOUS POST

[Les Offres De Stages Et D'emplois De La Semaine](#)

NEXT POST

[Comment Obtenir Le Numéro UDID D'un iPhone ?](#)

---



## 2 thoughts on “Les 4 fondamentaux d’une bonne landing page + 5 exemples”



Lereferenceur dit :

Fév 21, 2017 à 10 h 17 min

Article très complet. Si je peux me permettre, je rajouterai un touche de SEO. Comme vous l’avez dit une landing page = un objectif. Si on ajoute une couche SEO, une landing page = un mot clé. Donc le title doit à la fois inciter au clic et être optimisé sur le mot clé principal de la page.

Le top est d’appliquer les conseils de cet article avec la surcouche SEO.

RÉPONDRE

Ping : [L'essentiel à savoir pour créer son site web](#)

---

Laisser un commentaire

Votre adresse de messagerie ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec \*

Commentaire

JE veux suivre les commentaires de cet ARTICLE

Nom \*

Adresse de messagerie \*

Site web

Enregistrer mon nom, mon e-mail et mon site web dans le navigateur pour mon prochain commentaire.



LAISSER UN COMMENTAIRE



## CATÉGORIES

---

Actus

---

Blogging

---

Blogs

---

Divers

---

Ecommerce

---

Emailing

---

EMarketing

---

Fidélisation

---

Livres

---

Promotion

---

Pub

---

Référencement

---

Vente

## DERNIERS ARTICLES

---

Les Clés Pour Optimiser L'Expérience Client Dans Le Retail : Cas Pratique De Phygital Avec Bouygues Telecom



Le Mobile-First : Un Incontournable Pour Optimiser Son Référencement Naturel !

Comment Ajouter Un Widget Dans WordPress ?

Comment Choisir Et Mettre En Place Un ERP ?

Découvrez Les Dernières Innovations Pour Améliorer L'Ecoute Client Et L'Expérience Client

## RGPD

---

Infos RGPD

7,2 € POUR APPRENDRE À ÉCRIRE DU CONTENU QUI FAIT RÊVER !

---



Copyright © ConseilsMarketing.com