

# ANATOMIE D'UNE PUBLICITÉ OPTIMISÉE

**Commencer par une question** permet d'accrocher le visiteur.

Vous pouvez aussi **utiliser le préfixe [Article]** s'il s'agit d'un article de blog par exemple pour que le visiteur se dise « OK, je n'aurais pas besoin de saisir mon adresse e-mail ».

Utilisez un **texte informatif et authentique**.

Il doit être **orienté « bénéfices »** et l'utilisation d'une liste à point donne de très bons résultats !

**Les [...] sont positionnés stratégiquement** : on a envie de connaître la suite.

Interpelez le visiteur avec un **titre qui adresse UN SEUL point/bénéfice** en particulier.



Connaissez-vous le problème commun à TOUTES les personnes qui font des thérapies ?

> [http://monique-karma.com/...](#)

Si comme Monique, vous vous dites :... [Afficher la suite](#)



**Découvrez le Problème Commun à Toutes les Personnes qui Suivent des Thérapies**

Par Emmanuel Ferran - Créateur de la Méthode Karma Libre, Conférencier, Thérapeute Energéticien. Depuis 2009.

[En savoir plus](#)



19 commentaires 96 partages 21 K vues

**Ajoutez un lien cliquable** (URL) vers votre page de destination, si adapté.

**Utilisez une image contrastée** ou une vidéo « naturelle ». (surtout pas de qualité « pro » - Découvrez comment créer des vidéos optimisées en cliquant [ici](#) )

**Astuce : Ajoutez du texte sur vos images** pour améliorer le taux de clic !

Utilisez la description pour la **preuve sociale** (témoignages, références, expérience, etc.)

Testez AVEC et SANS **bouton d'appel à l'action**.