

Travail à domicile et marketing internet – 2011

Nicolas Boussion -Tous droits réservés.

Important : ce livre numérique, comme toute œuvre de l'esprit, fait l'objet de droits d'auteurs. Son contenu a été déposé le 6 janvier 2011 chez un huissier qui pourra témoigner officiellement et légalement de son antériorité.



## Sommaire

Avant-propos .....	3
L'évolution du travail à domicile et du marketing de réseau .....	4
Devenir un leader sans avoir à rencontrer personne.....	9
Le positionnement .....	9
Les bonnes et les mauvaises listes .....	13
Le ciment est dans les bons rapports .....	18
Produits d'appel et vente incitative .....	22
Lorsqu'il est temps d'abandonner un prospect.....	27
Nourrir votre Empire .....	31
Emballé c'est pesé .....	35
Deuxième partie : Avant-propos .....	36
Choisir votre niche.....	37
Comment et pourquoi il faut choisir .....	37
Sélectionner une niche rémunératrice.....	40
Sujets brûlants.....	40
Choisir un programme d'affiliation .....	43
Obtenir une formation gratuite.....	47
Se former et apprendre tout seul ou presque .....	47
Créer un site ou un blog .....	50
Faites le gratuitement .....	50
Écrire, écrire, écrire .....	53
Écrire pour le référencement de votre site.....	53
Pour que votre site soit vu .....	57
Construire votre mailing-liste .....	59
La liste.....	59
Emballé, c'est pesé ! .....	61

## Avant-propos

Pour faire fonctionner une activité commerciale indépendante avec succès, il est nécessaire de se concentrer sur les opérations quotidiennes. Avec les contraintes de temps, penser à l'avenir devient difficile. Pour réussir, vous devez comprendre ce qui vous attend afin de mieux planifier et d'éviter les dangers. Le 21<sup>e</sup> siècle apporte beaucoup de changements qui, à l'avenir, auront un impact sur votre activité commerciale.

Un guide d'entraînement indispensable pour le business à domicile

Tout ce que vous devez savoir au sujet des opportunités de business du 21<sup>e</sup>  
siècle

## L'évolution du travail à domicile et du marketing de réseau

Jetons un œil à la manière dont les choses fonctionnaient auparavant... Vous êtes chez vous tranquillement et quelqu'un frappe à porte. "Qui est là ?". Le vendeur à domicile démodé essayant de vous convaincre de s'engager dans son business. "S'il vous plaît. Je vous en prie. Allez-vous vous inscrire ? C'est une opportunité à ne pas manquer et les avantages sont extraordinaires ! Je suis certain à 100% que vous l'adorerez et que vous serez parfait – c'est exactement ce dont vous avez besoin ! Rendez-vous service et jetez un œil aux informations de mon entreprise. Je suis tout simplement certain que vous serez d'accord avec moi : il n'existe rien de comparable au jour d'aujourd'hui. Êtes-vous prêt à commencer ? Signez ici..... s'il vous plaît, signez ici.....et vous serez riche demain si vous suivez mes conseils !"

Les temps ont changé et il est temps de vous mettre à jour.

**Les choses ont évolué. Le marketing pour votre business à domicile également. Il n'est plus besoin de harceler tout le monde en essayant de convaincre à tout prix. La réalité est : chaque opportunité qui existe est unique et chacun possède quelque chose de spécial. Mais comment attirer jusqu'à vous les individus qui veulent réellement ce que vous possédez ? Comment les atteindre, comment leur soumettre votre offre, comment leur vendre votre produit ou votre service ?**



La principale différence entre "avant" et "maintenant" consiste en la manière de capter des prospects. Avant, il fallait aller les chercher sans relâche; maintenant il faut s'arranger pour qu'ils viennent à vous naturellement. Avant il fallait aller à la chasse : chercher, chercher, et chercher encore le client potentiel, faire des kilomètres et des kilomètres. Maintenant, il faut simplement aller à la pêche : lancer l'hameçon et mettre le bon appât, puis attendre. Exactement. Pire encore, les plus doués du marketing se contentent de récolter des clients de manière automatique. Vous l'aurez deviné, ce qui fait la différence entre "avant" et "maintenant", c'est internet. Cet outil a vraiment tout révolutionné, le commerce et les affaires en particulier. **Se lancer dans l'entrepreneuriat aujourd'hui en ignorant internet est tout simplement une erreur grossière.** Pourquoi ? Car parmi vos concurrents il y en a forcément un, au minimum, qui utilise

internet pour exploser son chiffre d'affaire. Et les clients qu'il capte grâce à internet sont ceux que vous n'aurez jamais ! Alors autant faire partie de ceux qui savent : vous devez avoir une présence sur le web, avec une structure comportant un outil de capture de prospects, et un outil de vente. De manière pratique, cela ne représente que peu de chose : un blog, un auto-répondeur, un système d'achat en ligne type PAYPAL. C'est tout. De cette manière et en soignant la forme, vous vous présentez comme quelqu'un d'exceptionnel. Quelqu'un qui possède une bonne expertise dans son domaine. Quelqu'un qui est vu comme un leader. Quelqu'un avec qui "ils" préfèrent faire du business. Non pas quelqu'un qu'ils essaient d'éviter à tout prix lorsqu'il arrive. Non ! Vous avez une présence sur le web, vous présentez vos services et vos produits, vous montrez ce que vous apportez à vos clients, vous vous rendez indispensable, vous êtes la référence. Simple, non ? Tout cela à travers un simple blog (par exemple).

Maintenant au niveau de la communication, vous devez utiliser ce que certains appellent le marketing d'attraction. Ce terme d'attraction est très à la mode en ce moment (voir tous les livres et même le film sur la "loi de l'attraction"), sauf si vous étiez sur une île déserte ! Mais tout le monde n'est pas au niveau de ce qu'il implique ni de la manière dont il fonctionne.

Le marketing d'attraction possède essentiellement les caractéristiques suivantes :

- Attirer les prospects à vous
- Construire une relation entre vos prospects et votre contenu

- Pré-vendre votre contenu – c'est-à-dire commencer par donner avant de vendre
- Établir la confiance pour imposer votre autorité au niveau de la promotion de la marque

C'est le nouveau prototype lorsqu'il est question de vendre sur le marché d'aujourd'hui. Vous n'avez plus à courir après les candidats, en espérant qu'ils rejoignent votre business ou votre opportunité. Il s'agit de bâtir un marché automatisé sur internet.

Le but est de générer l'attraction entre vous et vos prospects en fournissant des informations de valeur. Des informations qu'ils peuvent utiliser sur le marché qui vous intéresse, dans votre domaine de prédilection. Des informations qui les aideront à développer leurs business ou leurs ressources intellectuelles en rapport à leurs besoins, leurs problèmes ou leurs envies. Peu importe ce que vous écrivez tant que vous ciblez le marché, fournissez des informations utiles et établissez une relation avec eux en continuant à fournir régulièrement ces informations.

Fournissez un livre électronique gratuit, une newsletter gratuite, une vidéo gratuite : tout ce qui fera que le candidat potentiel reviendra pour en avoir plus au fur et à mesure qu'il commence à vous considérer en tant que leader dans votre domaine.

Les personnes commencent à savoir qui vous êtes et, au final, cette familiarité établit la confiance.

Les relations demandent du temps pour grandir ; mais vous pouvez imposer le rythme ! Vous avez besoin de temps pour travailler sur cette relation en ligne, contrairement à la situation "face-à-face", mais le résultat est toujours meilleur.

La Toile fournit la chance d'atteindre les masses en un seul geste. Le marketing démodé réclame beaucoup de travail sur le terrain pour établir ces relations, sans aucune garantie que les individus seront ciblés pour votre marché spécifique.

Avec le marketing d'attraction, la clé est de viser l'audience appropriée. N'essayez pas de vendre votre opportunité à quelqu'un qui n'a aucune intention de l'acheter.

Les courants majeurs voudraient vous faire croire que tout le monde est candidat. Mais tout le monde est suspect avec d'être prospect. Ne perdez pas votre temps avec des individus n'ayant aucune envie. Plongez plutôt dans la construction de relations permanentes avec des individus qui veulent réellement ce que vous avez à fournir.



## **Devenir un leader sans avoir à rencontrer personne**

En tant qu'entrepreneur de petit business, il est crucial de bâtir une crédibilité et de se positionner en tant que leader de son domaine. Mais comment accomplir cela ?

### **Le positionnement**

Dans un monde idéal, vous souhaiteriez que votre nom soit le synonyme du produit ou du service que vous fournissez. Vous voulez être l'individu "chez qui l'on va" lorsque des clients potentiels considèrent l'achat de votre produit/service. Faire courir le bruit dans votre industrie prend du temps. Mais si vous êtes stratégique dans votre attaque, il ne faudra pas longtemps avant que votre nom soit sur toutes les lèvres. Donc, que faire ?

#### **1. Développez votre présence sur la Toile**

Beaucoup utilisent Google en tant que source principale lorsqu'ils cherchent quelque chose. Il est donc crucial de développer votre présence sur internet. Si un prospect vous cherche et que vous êtes invisible sur Google, puis qu'il cherche votre concurrence et découvre de nombreux listings, il y a de fortes chances qu'il pense que votre concurrent est plus accompli. Que ce soit vrai ou non en réalité, c'est la perception qu'il aura en raison de votre absence sur la Toile.

Pour développer votre présence sur le web, vous devrez posséder un blog où vous écrirez sur les affaires ou les sujets brûlants de votre business. Vous pouvez écrire des articles et les poster sur des sites pertinents. Ou vous pouvez faire des remarques sur des blogs qui sont lus par votre cœur de cible.

Il va sans dire que vous devriez vous assurer :

1°) de maîtriser l'optimisation pour les moteurs de recherche (Search Engine Optimization) adéquate pour votre site

2°) que votre site lui-même établit clairement vos compétences et ce que vous fournissez, c'est-à-dire votre offre.

## **2. Intervenez lors des événements commerciaux de votre région**

Découvrez quels événements sont fréquentés par votre clientèle potentielle et offrez de vous adresser à la foule. Préparez des cartes de visite et des prospectus puis distribuez-les.

Voyez ces petits outils pour ce qu'ils sont : une chance de marketing à ne pas manquer vous permettant de toucher votre cœur de cible. Parler permet d'établir une réelle connexion avec votre audience puisqu'elle peut vous observer en personne et peut-être même vous parler après l'événement. Pour cela, surveillez toutes les manifestations dans votre région : salons, conférences, congrès etc...

## **3. Soyez net et précis à propos du sujet dans lequel vous êtes une autorité**

Ceci peut sembler évident, mais je suis surpris du nombre d'entrepreneurs de petits business qui n'ont aucune lucidité à ce propos. Pensez-y en tant que "présentation éclair". J'ai entendu certains propriétaires de business dériver pendant cinq minutes en essayant de m'expliquer quels étaient leurs domaines d'expertise. Et, à la fin, je n'étais pas plus avancé sur ce qu'ils faisaient réellement. N'entrez pas dans le détail du nombre de qualifications que vous possédez et des formations que vous avez suivies. Restez simple. Dites aux gens ce que vous faites et comment vous pouvez les aider.

#### **4. N'ayez pas peur de donner votre opinion**

Nous ne voulons pas votre point de vue sur l'état de l'économie ou sur qui devrait gagner la prochaine Star Academy. Mais nous voulons votre opinion au sujet des affaires de votre industrie. Après tout, vous êtes l'autorité dans ce domaine, donc comportez-vous ainsi ! N'ayez pas peur de placer votre point de vue sur des blogs, dans des chroniques, des courriers des lecteurs, etc... Vous pouvez aussi écrire de courts articles spécialisés et les soumettre à des sites internet spécialisés. Nous auront l'occasion d'y revenir.

#### **5. Réseau**

Décider de vous rendre aux événements de constitution de réseau est une excellente chose. Un networking fréquent est un must pour n'importe quel propriétaire de business, spécialement si vous êtes nouveau.

Ici, la clé n'est pas d'espérer avoir une pile de ventes après votre premier événement. Ne dites pas un jour : "Je suis allé à un événement de constitution de réseau, mais je n'y retournerai pas parce que je n'ai obtenu aucun client." Ce n'est pas l'attitude correcte. Établir des relations prend du temps. Après avoir fréquenté quelques-uns de ces réseaux, vous commencerez à remarquer des visages familiers, votre visage commencera également à être familier. Et avant longtemps, certains commenceront à vous associer à votre business ou à votre expertise. Le résultat inattendu est qu'ils commenceront également à parler de ce que vous faites aux autres ! Vous allez me dire : "je ne connais personne et je n'ai encore aucun réseau". La réponse vient à nouveau d'internet : inscrivez-vous d'office à **viadeo.com**, un réseau professionnel. Une fois que c'est fait, cherchez les groupes qui font partie de votre domaine d'intérêt et inscrivez-vous. Une bonne base de départ est de faire une recherche sur les groupes d'auto-entrepreneurs qui existent au sein de viadeo. Il y en a beaucoup, et pour la plupart c'est une vraie mine d'information sur les rencontres entre professionnel qui ont lieu cette fois dans le "monde réel".

Vous positionner en tant qu'autorité prend du temps. Mais une bonne réputation ne vient pas en un jour. Consacrez-y du temps et de l'énergie – et le résultat sera au rendez-vous.

## Les bonnes et les mauvaises listes

**Bien. Donc, vous pensez : qu'est-ce qu'une liste ? Et bien, voici un chapitre que vous devez impérativement comprendre !**



### **Du bon et du mauvais**

Votre liste est la partie la plus utile et la plus précieuse de votre activité. Les sociétés immobilières en possèdent. Tout comme les institutions financières et les agences de voyages. Vous aussi vous en aurez une, sinon, vos affaires ne décolleront pas.

### **La mauvaise approche : quantité au lieu de qualité**

Je ne parle pas de vous asseoir et de composer une liste de tous les individus que vous connaissez, y compris votre coiffeur, les voisins d'à côté, les cousins et les gens présents dans votre téléphone portable. Ceci n'est pas une liste.

Ce qu'on appelle "mailing-list" est donc une liste composée d'un groupe d'individus qui souscrivent à quelque chose, prennent contact pour avoir plus d'informations, ou encore qui ont réalisé un achat et sont peut-être intéressés par un autre.

Les commerces passent de longues années à construire et à faire évoluer leurs listes, à contacter les individus dans l'espoir de multiplier leurs ventes, à établir une communication afin de rester en contact. Beaucoup de propriétaires de société se moqueraient complètement de voir leur immeuble brûler tant qu'ils conservent leur mailing-liste. Pour eux, elle vaut littéralement des millions d'euros.

D'ailleurs, l'un des plus fameux proverbes du web-marketing est celui-ci : "money is in the list", ce qui signifie "l'argent est dans la liste".

Certains entrepreneurs débutants pensent devoir bâtir la liste la plus grande possible parce que seule une énorme liste engendrera énormément de revenus. Et bien, voici la vérité : vous n'avez pas besoin d'avoir une énorme liste de courriels pour que cela deviennent fructueux ; vous pouvez vraiment réaliser beaucoup de ventes avec une petite liste d'emails. Ce que vous voulez réellement est une liste ciblée d'adresses emails appartenant à des acheteurs potentiels (prospects) ou établis. Produire des listes avec uniquement le volume à l'esprit est une perte de temps. Évidemment, il serait excellent de posséder une énorme liste, mais c'est la qualité de cette

liste qui compte le plus. Ce dont vous avez vraiment besoin est une liste d'acheteurs intéressés et probables, en qui vous pouvez avoir confiance, qui achèteront chez vous encore et encore.

Vous pouvez évidemment faire grossir votre liste. La construction de liste fait partie, de manière indiscutable, des tâches les plus cruciales et compliquées du fonctionnement de votre business, mais avec des stratégies appropriées, ceci vaut le temps et les efforts investis.

**Le positif : Une liste ciblée = plus de revenus.**

Ce qui se dit à propos des listes ciblées est vrai : c'est un bon filon ! Lorsque vous possédez une liste de contacts de choix et que vous utilisez les stratégies appropriées pour les convaincre d'acheter, ceci se traduira nettement dans l'augmentation des ventes. Votre but élémentaire est donc de transformer votre liste de marketing par courriel en une machine lucrative.

Une liste de courriels ciblés est très rentable. En atteignant directement un groupe d'individus spécifiques, vous êtes en mesure d'économiser le temps passé à envoyer des offres à des personnes qui les ignoreront tout simplement. Votre liste de courriels ciblés est pleine d'individus qui ont réellement besoin de vos produits ou de vos services.

De la même manière, ceci aidera à ajuster votre message à un groupe particulier d'individus, rendant votre offre plus pertinente et plus souvent lue qu'un message envoyé à n'importe qui. En rendant votre publicité plus efficace et destinée à un groupe d'individus ciblés, ainsi qu'en utilisant des services tels que GetResponse/Aweber/Cybermailing pour réaliser des listes segmentées, vous pouvez clairement atteindre de meilleurs résultats tout en économisant du temps et de l'argent.

Il faut de l'engagement et de la ténacité pour construire des listes ciblées qui, au final, vous permettront d'obtenir des acheteurs réguliers de vos biens ou de vos services. Si vous centrez vos efforts sur la construction d'une liste dans votre niche, ceci vous aidera à créer des revenus mois après mois.

Donc, essentiellement, même s'il est bon de posséder une vaste liste, votre priorité devrait être de vous assurer que votre liste est ciblée. Apprenez comment réunir les informations de contact des prospects ciblés et intéressés, que vous pouvez tester, pour vous retrouver avec une liste d'acheteurs répétés avérés.

Un exemple pour finir : je dispose moi-même de plusieurs listes ciblées. Dans l'une d'elles, orientée ebooks et webmarketing, je dispose de plusieurs milliers de noms. C'est beaucoup mais pas énorme non plus. En moyenne je propose à la vente un nouvel ebook par mois, à un prix de 6



euros en moyenne. Avec un taux de conversion conséquent (plus ou moins 18%) je génère ainsi, sur cette seule liste, plusieurs centaines de ventes mensuelles...je vous laisse calculer le chiffre d'affaire !

## **Le ciment est dans les bons rapports**

Les bons rapports de communication, comment pouvez-vous dire lorsque vous "les entretenez" avec quelqu'un ? Vous pouvez les appeler affinités ; d'autres parleront de "déclic".



Permettre à de bons rapports de réaliser le gros du travail dans la communication commerciale peut faire avancer les relations rapidement et sans douleur, tout en ouvrant les portes à des opportunités imprévues.

### **Se connecter**

Que ce soit entre client et professionnel des ventes, entre manager et employé ou entre collègues, entretenir de bons rapports crée le "ciment" entre les individus.

Quatre étapes pour construire de bons rapports en soixante secondes :

1. Découvrir des dénominateurs communs
2. Définir une communication/un style social

3. Aligner les mesures personnelles et professionnelles

4. Instituer une base sur laquelle bâtir la confiance

### **Étape 1 : Découvrir les dénominateurs communs.**

Beaucoup gaspillent les secondes d'ouverture lorsqu'ils rencontrent quelqu'un pour la première fois. Vous êtes en mesure d'en apprendre énormément sur quelqu'un au cours des 20 premières secondes si vous entraînez vos yeux et votre cerveau à remarquer et traiter les indices autour de vous.

Avez-vous jamais noté comment un écrivain de suspense ou un producteur de film utilise la scène d'ouverture pour définir le thème ou l'humeur de ce qui suit ? La même chose est vraie lorsque vous rencontrez quelqu'un pour la première fois : votre but est d'identifier au moins une chose que vous avez en commun avec cet individu. Ce qui veut dire que VOTRE rôle dans l'histoire est tout aussi important que celui de votre interlocuteur ! Veuillez donc à rester courtois, avenant et sobre !

### **Étape 2 : Définir une communication/un style social.**

Chacun de nous possède des préférences basiques pour traiter les données et pour partager nos vues et nos sentiments avec les autres, ce que nous appelons communication ou style social.

Nous pouvons choisir de nous connecter aux autres en fonction de nos forces, de nos valeurs ou de nos objectifs. Nous pouvons communiquer sur

le mode actif, ouvert et extraverti, ou sur le mode passif, réceptif et introverti. Dans le monde du commerce, il faut savoir trouver le juste milieu car vous ne savez pas obligatoirement quel est le style de vos interlocuteurs. La modération est donc de mise et l'idéal consiste à approcher vos interlocuteurs en fonction de ce que vous voulez obtenir d'eux.

### **Étape 3 : Aligner les mesures personnelles et professionnelles.**

Ce que vous faites au cours des 20 secondes qui suivent détermine si la connexion initiale possède un potentiel durable. Il vous est nécessaire d'écouter à un niveau plus profond.

Apprendre comment ajuster vos valeurs n'a rien à voir avec adopter les valeurs de toutes les personnes que vous rencontrez. Il s'agit d'écouter les indices et les signaux fondamentaux relatifs aux systèmes de croyance et aux valeurs de la personne. S'identifier aux valeurs centrales d'un autre vous permet de créer un lien, sans être nécessairement d'accord avec leurs valeurs.

Entendez le langage que quelqu'un utilise au cours de la conversation. Utilise-t-il les mots "penser" ou plutôt les mots "ressentir" ? Utilise-t-il des mots basés sur la valeur tels que confiance, honnêteté, éthique ou crédibilité ? Essayez d'obtenir que la personne décrive le mot relatif à une valeur – n'assumez pas que votre définition est la même.

### **Étape 4 : Instituer une base sur laquelle bâtir la confiance.**

De bons rapports se basent sur la confiance. Quelle était la dernière fois où vous avez réalisé des affaires avec quelqu'un et que vos "tripes" vous disaient de ne pas le faire ? Pouvez-vous penser au processus que vous avez traversé pour évaluer s'ils étaient dignes de confiance ?

Le processus intuitif survient en un clin d'œil ! Votre cerveau emmagasine les données basées sur les comportements en lesquels vous avez eu confiance dans le passé (autant que sur ceux où vous n'avez pas eu confiance). Traîner des douleurs anciennes au sujet de ces attributs et comportements se traduira fréquemment par un manque de confiance envers un individu, même si vous ne pouvez pas exactement "mettre le doigt" sur la raison.

ASTUCE : Utilisez le moins de temps possible pour valider si vous avez ou non établi un rapport avec l'individu ou si vous devez revenir à une des étapes précédentes pour un ajustement rapide. Essayer de faire avancer une conversation avant l'heure résulte fréquemment en la sensation de ne faire que "tourner en rond".

## Produits d'appel et vente incitative

Entreprises et consommateurs considèrent que le risque de traiter avec un nouveau "petit commerçant" pèse plus lourd que n'importe quel bénéfice qu'ils pourraient en tirer, spécialement lorsque beaucoup d'argent est en jeu. Un des moyens de vaincre cette résistance est d'avancer à petits pas vers l'obtention des clients et dans la qualité de vos produits et services. Il faut d'abord offrir des versions simples de vos produits afin que les personnes achètent les versions possédant les dispositifs additionnels fortement désirés mais ... plus chers et plus rentables pour vous.



### Les tactiques

Si vous vous demandez comment faire au sujet des échantillons gratuits qui attireraient plus de testeurs que de véritables clients, développez un produit ou un service désirable à vendre à votre cœur de cible. Assurez-vous que le produit ou le service est de très haute qualité. Une fois que

vous avez gagné la confiance du client sur une petite vente, il sera plus simple de calmer les inquiétudes au sujet d'une grosse commande.

Lorsqu'il s'agit de passer à des ventes plus importantes, si le client ne mord pas lors du premier essai, ne l'oubliez pas. Si vous avez qualifié le client à l'avance et que vous savez qu'il existe de réelles possibilités pour des ventes supplémentaires, restez en contact sur une base régulière. Envoyez-lui de nouvelles coupures de presse, de nouvelles publicités, des annonces de produit et tout ce qui aidera à établir que vous êtes un fournisseur qualifié et fiable.

Si vous n'êtes pas formé aux moyens efficaces de vente incitative, il y a de fortes chances que vous offensiez le client en étant trop agressif ou que vous laissiez passer de l'argent que les clients auraient volontiers dépensé avec vous. Chaque alternative est coûteuse.

La vente incitative renvoie au moment où vous aidez un acheteur à décider d'acheter un petit extra ou à "augmenter" légèrement l'achat final. Un vendeur de voiture, par exemple, peut, au moment de la commande, informer les clients au sujet de protection de la garniture ou de la peinture. Un vendeur de chaussure peut suggérer, lorsque vous achetez une paire de chaussures, que vous utilisiez également des semelles. Ce sont les petits achats communs pour lesquels l'acheteur n'a pas à beaucoup réfléchir. La motivation est qu'ils peuvent être extrêmement profitables pour vous en tant que vendeur.

Présumer est la clé. Vous devez présumer que le client voudra naturellement ceci ou cela. Commencez la vente incitative en présentant un bref avantage et, lorsque c'est possible, ajoutez quelque chose d'unique au sujet de ce que vous vendez. Pour ne pas avoir l'air agressif, demandez la permission de décrire dans le détail votre offre supplémentaire au client.

Voici un cas de mauvaise utilisation de vente incitative. Imaginez un dîner au restaurant où vous venez de terminer un énorme repas. Le serveur demande : "Voulez-vous un dessert ?" Si vous dites "Oui", vous pourriez donner l'impression de faire des excès. Donc certains acheteurs refusent tout de go. Résultat : pas de vente.

Donc, le serveur astucieux ne demande pas si l'acheteur veut un dessert. Le pro assume simplement que lorsque les personnes sortent pour un repas, elles se font plaisir. Dans ce cas, le serveur amène le plateau de dessert et dit : "Pour terminer votre repas avec une petite douceur, (c'est l'offre supplémentaire qu'il va falloir vendre) je vous ai apporté le plateau de dessert. Voudriez-vous savoir quels sont les plus populaires ?" (demandez la permission de poursuivre à travers une question anodine).

Lorsque le vendeur accepte d'en savoir plus au sujet des desserts, le serveur ne se contente pas de les lister par leurs noms, il nomme leurs avantages. Donc, au lieu de dire : "C'est une mousse au chocolat." Il dira plutôt quelque chose comme : "Si vous aimez le chocolat, vous allez adorer ceci. Nous proposons une mousse au chocolat dont la légèreté vous surprendra".



Centrez sur les besoins de l'acheteur – pas les vôtres. N'essayez pas de vendre quelque chose que vous n'achèteriez pas si vous étiez à leur place. Que cet avantage corresponde ou non à vos besoins est totalement hors de propos ; ce qui pertinent est que cela corresponde aux besoins du client. Cette perspective vous donne le pouvoir de vendre à la hausse de manière efficace.

Une des techniques de vente incitative les plus efficaces consiste à faire que le client utilise le produit dans votre magasin. Un coiffeur, par exemple, peut placer du gel dans les mains du client et lui montrer comment l'appliquer lui-même. En montrant au client comment obtenir le salon de beauté à la maison, il produit une vente incitative à valeur ajoutée.

**Produits associés au groupe.** C'est une bonne idée de grouper des accessoires similaires et de les fournir en tant que vente incitative à un prix forfaitaire. Si quelqu'un qui se fait couper les cheveux vous parle d'un shampoing, c'est un petit plus de leur montrer une formule tout compris groupant après-shampoing et shampoing à un prix forfaitaire.

**Quand tout est perdu.** Il reste une solution ! Il s'agit de proposer une version "light" du produit/service, c'est-à-dire moins complète que la version normale et donc moins onéreuse. Si le prix initial est un problème pour le prospect, ne le laissez donc pas partir pour autant et proposez lui quelque chose qu'il peut se permettre. Si vous n'essayez pas, vous ne gagnez rien mais si vous essayez vous gagnerez de temps en temps un client et cela est inestimable.

## **Au final**

Chaque possesseur de commerce devrait considérer honnêtement s'il peut ou non améliorer sa manière de vendre à la hausse. Pour la plupart des business, une petite formation professionnelle peut faire une énorme différence, mais appliquer les quelques conseils que je viens de vous donner sera déjà une bonne base de départ.

## **Lorsqu'il est temps d'abandonner un prospect**

"Donc vous avez attiré un prospect et vous pensez qu'il va entrer dans votre cycle de vente ?"

Mais... ça fait cinq mois et il n'a toujours pas dit oui. Et bien la raison pour laquelle il n'a pas dit oui est qu'il vous a déjà dit non et que vous n'en étiez simplement pas conscient.

Oui. NON ! Mais vous ne l'avez pas entendu.

### **Passer à autre chose**

"Attendez !" Il doit toujours être intéressé puisqu'il répond toujours à mes appels téléphoniques.

Un prisonnier en prison répond également. Et c'est une très bonne comparaison. Parmi les plus grosses erreurs réalisées dans le travail à domicile :

"Trop de propriétaires de business passent trop de temps avec trop d'individus ne possédant que trop peu d'intérêt."

Je sais ça fait beaucoup de "trop" dans une seule phrase mais la raison est bonne !

Le prospect possède de nombreuses manières de déclarer que vous devez trouver quelqu'un d'autre.

Vous devez être attentif à ces signes. Si vous les voyez, vous pourriez envisager de trouver un autre prospect sinon vous allez perdre inutilement temps et énergie.

Quels sont les signes ?

1) Si le prospect devient, de manière abrupte, moins enthousiaste quand il s'agit de vous parler.

Vous être en mesure de le sentir. C'est le manque d'énergie au téléphone avec vous. L'énergie tombe en comparaison de la première fois que vous lui avez parlé. Et si elle continue à baisser – il est juste poli et gentil avec vous. Mais il a déjà dit non avec la baisse d'énergie – avec chaque appel.

2) Si le prospect continue à dire : "J'ai une autre question..."

C'est le code pour – "Je vous donne de faux espoirs." Oui, il existe ces rares exceptions où certains prospects veulent construire une encyclopédie de données avant de prendre une décision – mais c'est un sur cent. Le reste vous mène en bateau.

Cherchez un autre prospect. Vous n'avez pas besoin de leur supplice ou de leur manque d'estime pour vous.

3) Si le prospect continue à dire : "non, je ne l'ai pas fait, mais je vais le faire. J'ai été vraiment très occupé."

"Occupé pendant six mois ? Allons. Soyons réaliste. Vous n'êtes pas occupé. Faites-moi savoir que vous n'êtes pas intéressé."

Et s'il ne le fait pas – VOUS lui dites non. Vous n'êtes pas dans le business pour laisser quelqu'un perdre votre temps. Laissez-le partir – et trouvez un nouveau prospect. Un qui sera honnête et franc.

4) Si le prospect vous rappelle à des heures étranges et vous n'obtenez qu'un message sur la messagerie vocale.

Les prospects peuvent être en voyage. Mais ils peuvent également être malins et savoir lorsque vous n'êtes pas à la maison. Et ils appellent pour dire qu'ils veulent que vous continuiez à les chasser !

Ne le faites pas. Vous n'êtes pas un chien, et vous ne devez jamais supplier pour obtenir une vente ! Le client est toujours roi dès qu'il vous a payé quelque chose. Mais en aucun cas vous ne devez vous laisser marcher sur les pieds par un prospect désobligeant. Vous ne courrez après personne. Vous êtes un propriétaire de business et vous êtes dans le business pour aider les gens – pas pour leur courir après afin de satisfaire leur égo.

5) Si le prospect continue à dire : "J'y réfléchis toujours."

Après quatre mois – ils sont toujours en train d'y penser. Et supposent toujours. Et pensent toujours.

Laissez-les partir, eux et leurs pensées. Trouvez un prospect chaud bouillant qui veut faire quelque chose de sa vie et veut le faire aujourd'hui !

Vous cherchez quelqu'un dont le timing est aujourd'hui et pour qui votre offre est la bonne.

Débarrassez-vous des "peut-être". S'ils ne vont pas être honnêtes en vous disant non – vous les aidez manifestement en le faisant pour eux.

Restez éventuellement en contact. Appelez-les de temps à autre.

Mais uniquement lorsque vous voulez de nouveau jouer au "jeu excellent de la chasse au prospect" avec une nouvelle offre.

Vous méritez mieux. Vos autres prospects également. Ils attendent votre coup de téléphone.

## **Nourrir votre Empire**

Créer un travail ou une entreprise à domicile uniquement avec internet est très populaire : ebay, le bon coin, les ebooks etc... Avec internet il est devenu facile de travailler de chez soi en mettant en place une activité de commerce à temps plein ou à temps partiel pour obtenir un complément de revenu. Les plans pour devenir riche rapidement sont glorifiés et offerts quotidiennement sur internet. La plupart sont sans fondement et irréalistes. Les autres sont des arnaques. On ne devient pas riche du jour au lendemain avec internet : comme pour toute activité, il faut beaucoup travailler, au moins au début. Ce qui implique que beaucoup de sites disparaissent en même temps que beaucoup de nouveaux sites apparaissent.

### **Poursuivez en restant motivé**

Les récompenses d'un business à domicile en ligne sont claires : l'Internet offre beaucoup d'opportunités et de facilités. Vous êtes en mesure de travailler quand vous le souhaitez. Vous êtes votre propre patron. Vous pouvez faire des courses quand les employés travaillent et ne pas subir les bouchons au quotidien. Alors si vous avez une bonne idée, maintenez le cap et restez motivé. Essayez d'obtenir du conseil ou du coaching : les chambres de commerce et d'industrie (CCI), Pôle-emploi etc...sont des structures qui peuvent vous aider via des formations par exemple.

## **Certains critères de la plus haute importance sont à considérer afin de tenir bon**

### 1. Prenez votre temps pour choisir un bon système de travail à domicile

Le choix de systèmes de travail à domicile est vaste. Vous êtes en mesure de commencer avec un business clé en main et d'en faire la promotion. C'est une manière simple. Vous n'avez pas à commencer de rien. Vous pouvez vous lancer avec un budget faible, abordable. Vous êtes capable de travailler en tant qu'affilié et vous n'avez pas à gérer toutes les commandes et les expéditions, mais vous avez besoin d'un site de qualité supérieure. Le site devra être souvent mis à jour. Il devrait être bien conçu et pas empli de bandeaux publicitaires clignotants. Il devrait être riche de matériels et de pages. Il est bon de faire la promotion de marques familières, depuis longtemps sur le marché, parce qu'elles attirent les acheteurs.

De la même manière, vous devrez vous assurer de posséder l'assistance technique, les didacticiels et les outils de l'entreprise qui fait la promotion du système de business à domicile.

L'affiliation est le système le plus simple (nous y reviendrons), mais même l'affiliation requiert du travail.

### 2. Soyez prêt à étudier



Chacun peut commencer un business à domicile sur internet avec un site clé en main. Toutefois, les chèques pour les commissions ne viennent pas automatiquement. Ceux qui possèdent une éducation dans le domaine de la programmation ou de la conception de site ont un avantage, mais tout le monde peut apprendre à faire la promotion de son site. Il existe énormément de didacticiels et de livres électroniques sur internet. Même quelqu'un possédant un diplôme universitaire devrait étudier en permanence, parce qu'il existe un flux constant d'innovations dans le marketing internet.

### 3. Consacrez-vous à votre travail

Les jours où les systèmes pour devenir "riche" rapidement fonctionnaient sont loin. La compétition est âpre. Il existe 1000000000000 de sites. 1000000000000 de sites n'ont jamais reçu un seul clic. Ils ont juste coulé dans une mer de sites. Seulement quelques milliers de sites réalisent des revenus. Vous devez grimper dans ce petit peloton de sites qui peuvent se maintenir.

Vous pouvez dépenser des dizaines de milliers d'euros pour obtenir du trafic sur votre site. Vous pouvez placer de superbes bandeaux, des campagnes de courriels coûteuses et des campagnes de paiement-au-clic (pay-per-click) avec de hautes enchères. Est-ce rentable ?

En fait vous avez plus besoin de compétences que de fonds. Vous devez tester ce qui est approprié pour votre business. La meilleure manière est de vous battre pour le haut du classement dans les moteurs de recherche. Et la bonne nouvelle est que les hauts classements ne peuvent pas s'acheter auprès de Google, le moteur de recherche le plus utilisé. Seule une combinaison de travail habile et d'une salutaire partie de chance mène à un classement au plus haut sur Google.

C'est précisément votre chance dans le business à domicile en ligne : vous êtes en mesure de faire votre chemin avec des compétences, de l'astuce, un esprit alerte et de la persistance. L'homme ou la femme ordinaire possède toujours une opportunité d'affronter ceux qui ont des budgets de marketing de 1 000 000 d'euros. Vous gagnerez moins qu'eux, mais vous gagnerez quand même. Il existe de bon livres qui abordent le thème du référencement et du positionnement de site internet. Cherchez-les sur les sites d'Amazon ou de la Fnac par exemple.

## Emballé c'est pesé

Le web-marketing du passé était à sens unique : du vendeur vers l'acheteur. Dorénavant, l'essor du Web 2.0 avec les blogs, Twitter, les wikis et les sites communautaires a produit un mécanisme puissant pour que les consommateurs soient en mesure de comparer avant de répondre favorablement à votre offre.

Les entreprises se cachant derrière de pauvres services et de faibles produits n'ont que peu de chances de survie. Les moteurs de recherche tels que Google continueront à être des moyens pour les acheteurs de découvrir la vérité derrière les copies de promotion. Les bonnes et mauvaises opinions des consommateurs détermineront la réussite d'un business. Des petits business malins surveilleront ce qui a été dit, utiliseront les remarques pour améliorer et gérer leurs réputations. Écouter votre acheteur est plus qu'un terme éculé, mais fait partie de la nouvelle réalité d'un business. Il faut même aller plus loin : il faut se mettre à la place de l'acheteur et deviner ce qui va l'attirer chez vous. Ensuite, vous amplifiez le besoin et l'envie et vous lui présentez l'offre de telle manière qu'il ne puisse la refuser.

## **Deuxième partie : Avant-propos**

Internet fournit des chances infinies de se divertir, de s'informer et, avant tout, de gagner de l'argent. En raison du flux d'opportunités lucratives que chacun peut trouver en ligne, le besoin de méthodes les plus rapides de gagner de l'argent a submergé l'esprit de nombreux individus.

Ce chapitre et les suivants vous fournissent les étapes spécifiques nécessaires pour gagner rapidement de l'argent via internet. Je vous apprendrai comment être capable de devenir le patron de votre propre destinée en travaillant à votre propre rythme et en vous asseyant simplement devant votre ordinateur pour attendre qu'affluent les profits.

## Choisir votre niche

En choisissant votre "niche" (c'est-à-dire votre domaine de vente, par exemple le développement personnel ou bien encore le bricolage, le jardinage etc...), prenez soin d'opter pour quelque chose qui vous intéresse. Comme vous le savez probablement, il est absolument inutile de travailler sur quelque chose que vous détestez. Il est plutôt difficile de convaincre les consommateurs d'acheter votre produit ou vos services lorsque vous n'avez pas le cœur de vous y intéresser.

## Comment et pourquoi il faut choisir

La première chose à faire pour choisir une niche qui vous est appropriée est de considérer les questions et les sujets pour lesquels vous êtes le plus passionné ! En étant passionné, vous serez motivé pour en apprendre plus à ce sujet, pour enseigner ce que vous savez aux autres et pour travailler dessus au quotidien. Une des raisons majeures d'échec pour un nouvel entrepreneur, surtout sur le web, est que l'individu sélectionne une niche qu'il juge intéressante pour les autres, mais pour laquelle il n'a absolument aucun intérêt. Evitez cet écueil dès le début – assurez-vous que quel que soit le contenu que vous choisissiez, votre intérêt en la matière est grand. Si vous voulez vendre des meubles anciens sur eBay, vous avez intérêt à aimer les meubles anciens !

En apprenant comment choisir votre niche, il est crucial de vous assurer que vous possédez une bonne idée de votre audience "cible". En découvrant qui correspond le mieux à votre audience, vous serez en mesure de fournir du contenu qui rencontrera leurs attentes et de les renseigner sur les objets qui les intéressent. Il est tout aussi crucial de garantir que vous faites partie de l'audience que vous essayez d'attirer. Ceci garantira que vous couvrez chaque facette de votre niche et vous liera, à un niveau personnel, avec les autres personnes de cette même audience.

Ensuite, mettez en place l'utilisation d'un contenu qui est uniquement le vôtre. Le matériel exclusif que vous écrivez, ou que avez fait écrire par des personnes qui produisent du contenu professionnel SEO (optimisation des moteurs de recherche), aide à démontrer que vous êtes une autorité dans votre niche. Assurez-vous que votre matériel (du texte, du son ou de la vidéo présentant de l'information utile et de valeur) ne peut se trouver nulle part ailleurs sur la toile. Ceci conduira immédiatement du trafic vers votre site puisque vous fournirez aux visiteurs quelque chose de nouveau et d'unique. De nos jours, il existe beaucoup d'entreprises pouvant vous offrir un contenu unique et sans égal, mais le mieux est de le produire vous-même afin d'y insuffler votre personnalité.

Lorsque vous commencez à placer le matériel sur votre site, dans les répertoires d'articles ou dans n'importe quel endroit sur internet qui est directement lié à votre niche, il est essentiel que vous fournissiez des mises

à jour régulières. Ceci fera que votre audience reviendra encore et encore afin de voir la "dernière nouveauté" que vous avez à fournir. Ceci signifie produire de nouveaux articles, maintenir votre site à jour et tailler votre niche sur mesure en fonction des dernières tendances.

Il est absolument impératif de "resserrer" le contenu autant que possible. Par exemple, si vous gérez un site portant sur les astuces et codes pour les jeux sur ordinateur, vous voudrez inclure "astuces et codes pour les jeux sur ordinateur " dans votre matériel (i.e. les pages de votre site). Mais votre niche devrait être spécialisée sur le type de jeu pour ordinateur que vous fournissez. Une bonne niche serait "Les Sims Astuces et Codes" – ceci aidera les utilisateurs d'internet à rapidement découvrir l'information dont ils ont besoin.

Apprendre à choisir votre niche est simple. Le secret conduisant au succès est de choisir un sujet qui vous passionne, de découvrir votre audience, de produire de la haute qualité, un contenu SEO, de mettre à jour votre matériel sur une base régulière et d'utiliser des mots clés ou des phrases clés qui reflèteront ce que cherchera l'audience d'internet.

## Sélectionner une niche rémunératrice

Si ce que vous proposez à la vente n'intéresse personne d'autre que vous, vous ne gagnerez jamais d'argent ! Il faut donc que la niche que vous choisissez vous intéresse, mais il faut aussi qu'il existe une clientèle potentielle la plus nombreuse possible. Vous êtes en mesure de le faire simplement en lisant quelques sites d'articles et quelques autres choses. Étudiez les articles et la manière dont ils sont écrits pour avoir une bonne idée de la manière dont vous devez promouvoir votre niche.

## Sujets brûlants

Il n'est pas toujours facile d'écrire encore et encore sur un même sujet, même s'il vous intéresse. Peut-être avez-vous épuisé les sujets communs et cherchez-vous quelque chose de différent qui attirera les lecteurs. Ceci vous donnera des pistes pour quelques sujets brûlants d'articles. En utilisant les petits trucs qui suivent, vous serez en mesure de proposer votre point de vue, de fasciner votre audience et de vous assurer que votre matériel (le contenu que vous générez) apporte un flux constant de revenus.

Écrivez sur les vacances qui approchent. Les audiences générales sont habituellement intéressées par les informations concernant les vacances. Si



le contenu est bien écrit et fournit des informations autres qu'une connaissance basique, vous obtiendrez une bonne quantité de lecteurs. Ceci s'éteindra après les vacances, mais reprendra de la vitesse une fois que les vacances approchent de nouveau.

Cherchez les événements du jour. Si le sujet est brûlant dans l'actualité, il sera également brûlant pour les lecteurs potentiels. Essayez de définir votre propre voix et de présenter vos données d'une manière unique...toujours en rapport avec votre domaine.

Écrivez des rapports au sujet des animaux. Il existe énormément de fanatiques des animaux dans le monde, qui aiment lire à propos de leurs champions à fourrure ou à plumes. Le soin des animaux de compagnie est un excellent endroit où commencer.

Écrivez un journal à propos de l'environnement. L'écologie est un des thèmes d'actualité de nos jours et il y a de fortes chances que cela dure. Vous pouvez écrire sur la manière dont les gens peuvent rendre leurs vies "plus vertes", quelles sont les énergies alternatives ou comment notre environnement pèse sur la vie sauvage. N'importe quel sujet peut attirer une énorme quantité de lecteurs.

Expliquez comment économiser. Ceci appartient aux sujets les plus brûlants qui soient et attire constamment des lecteurs. La chose excellente est qu'il existe d'innombrables moyens d'économiser de l'argent, donc vous devriez

sans problème rendre votre matériel unique. Montrez comment votre produit/service permet de gagner ou d'économiser de l'argent, ou du temps, ce qui au final est la même chose.

Écrivez au sujet de votre passion. Si vous êtes profondément intéressé par un sujet, il y a de fortes chances que d'autres le soient également.

N'oubliez pas de rendre votre article original. Ne surexploitez pas l'information qui est disponible partout sur l'Internet. Choisissez un titre simple, mais unique, qui vous permettra d'être classé en haut des moteurs de recherche et d'attirer de nouveaux lecteurs.

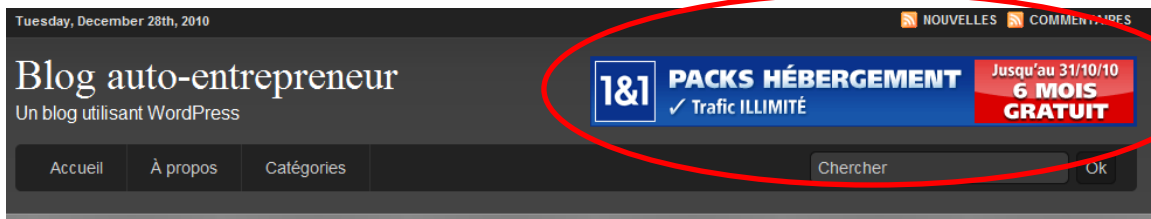
## **Choisir un programme d'affiliation**

Après avoir décidé quelle niche promouvoir, vous pourrez ensuite visiter les sites d'affiliation gratuite qui fournissent des produits d'affiliation de bonne qualité. Vous devez vérifier qu'ils possèdent d'excellentes pages de vente avec un taux de conversion élevé. Vous pourrez confirmer ceci en contactant les créateurs du produit choisi. Assurez-vous que votre produit correspond à votre niche. Demandez-vous également : si vous étiez le consommateur, achèteriez-vous le produit ?

### **Un bon produit**

Si vous surfez sur internet depuis assez longtemps, vous savez que le marketing d'affiliation est une manière de gagner de l'argent en ligne. L'affiliation est une technique assez simple et un assortiment de niches peut être recherché. Choisir les produits affiliés adéquats est essentiel pour votre réussite. Respecter les simples étapes qui suivent vous aidera à faire les meilleurs choix.

Mais avant de commencer, voici un aperçu de ce qu'est l'affiliation. Sur l'un de mes blogs, il existe un bandeau publicitaire qui mène vers un hébergeur de sites internet :



Les personnes qui visitent mon blog cliquent sur le bandeau et découvrent les offres de l'hébergeur...qui en retour me donne un pourcentage sur chaque vente générée ! En fait le lien qui mène vers l'hébergeur contient un identifiant personnalisé qui permet de savoir que c'est moi qui ait mené le visiteur sur ce site. C'est vraiment une manière passive de gagner quelques euros... ou beaucoup plus.

Constituez une liste de produits d'affiliation pour chacune des niches qui vous intéressent.

Évaluez la structure de commissions des plans d'affiliation sur votre liste. Les commissions varient de 5% à 40% par marchandise palpable et jusqu'à 75% pour les marchandises numériques.

Jetez un œil aux processus de paiement du vendeur. Les entreprises les plus réputées vous paieront soit par chèque soit par PayPal. Bien d'autres vous paieront via un réseau d'affiliation qui, à son tour, vous indemnise de la part du vendeur par chèque ou par dépôt direct dans l'institution financière de votre choix.

Jetez un œil à la page de vente du vendeur. C'est la page qui sera vue par les visiteurs que vous référez à l'entreprise parente. Une excellente page de vente sera simple à lire et à parcourir lorsque l'acheteur est prêt à réaliser un achat.

Jetez un œil à ce qu'est la concurrence marketing. Jetez un œil aux mots clés pertinents sur votre moteur de recherche favori et vérifiez les publicités sponsorisées. Souvent, il y a des publicités produites par d'autres affiliés. Si personne ne fait la promotion des produits affiliés choisis, il pourrait n'y avoir aucune demande dans le marché actuel.

Voici les plateformes d'affiliation que vous devez consulter :

<http://www.1tpe.com> et <http://www.paykoo.com> pour les produits numériques.

puis :

<http://www.zanox.com/fr/>

<https://fr.cj.com/>

sans oublier :

<https://partenaires.amazon.fr/>

<http://www.fnac.com/affiliates/affilie1.asp?NID=-24&RNID=-24>

Attention, ce dernier lien peut ne plus être valide, faites une recherche "affiliation fnac" dans Google pour le retrouver en cas de besoin.

## **Obtenir une formation gratuite**

Pour vous donner une idée supplémentaire de ce qu'est le marketing, vous pouvez rejoindre plusieurs plateformes d'affiliation comme nous venons de le voir, car elles proposent des formations intéressantes. Vous pouvez aussi rejoindre les quelques forums du web francophones ainsi que d'autres sites gratuits.

## **Se former et apprendre tout seul ou presque**

Il existe beaucoup de manière de faire du marketing en utilisant internet. On peut citer le marketing par courriel, le PPC (paiement par clic), les bandeaux publicitaires, l'utilisation de la vidéo, la promotion par articles, faire du SEO, écrire un blog, les réseaux sociaux (Twitter, Facebook,...) et tout ce qui vient du Web 2.0. Il existe tellement d'informations que cela peut parfois être écrasant. Une manière de découvrir ce qui compte est de poser les questions à ceux qui réussissent.

Il est donc très utile de consulter les groupes de discussion spécialisés. Ce sont des sites où les personnes faisant du web-marketing discutent à propos des stratégies d'avant-garde afin de déterminer ce qui fonctionne ou non. Vous y trouverez aussi les critiques des cours et des logiciels dernier cri. Ceux que vous devriez parcourir sont le Forum Marketing

(<http://www.forum-marketing.com>), et le forum Marketing Etudiant (<http://www.marketing-etudiant.fr/forum/>).

Vous y apprendrez plein de choses même si tout n'est pas à prendre à la lettre. Si vous comprenez l'anglais, sachez que la référence mondiale est Le "Warrior Forum" qui existe depuis 1996. Beaucoup de superstars du marketing internet ont connus leurs débuts ici. Ce forum propose des sujets séparés avec soin en beaucoup de catégories différentes, telles que PPC, promotion par articles, achats de média, etc...il est donc très simple de trouver ce que vous cherchez. Les sujets sont bien modérés et les personnes présentes ici sont habituellement respectueuses et serviables. C'est une bizarrerie par rapport à beaucoup de forums où les individus ont tendance à être plutôt frustrés. Être en mesure de poser une question sur le Warrior Forum sans craindre de se faire insulter est un énorme plus. Alors que le forum en lui-même est gratuit, il y a fréquemment des membres offrant des cours de formation payants, mais bon marché, appelés WSO (Warrior Special Offers). Il existe une version payante à 37\$ (environ 25€) pour 2010. Ceci vous fournit un accès à des sujets secrets destinés uniquement aux membres.

IM4Newbies, même si bien plus petit que Warrior Forum, est une communauté dynamique comptant environ 70 000 membres. Pour ceux qui sont tout nouveau dans le marketing Internet, c'est un endroit excellent pour se lancer puisque tout est défini pour les novices. Ils portent une



attention spéciale à ce qu'ils appellent leurs classes 101 (=rudiments aux États-Unis. A l'Université, 100+ est la première année), comme Niche Marketing 101, Affiliate Marketing 101 et Net Business Management 101. Il est également bien moins intimidant de commencer ici. Comme il y a moins de sujets, il y a moins de surcharge de données contrairement à ce que vous pourriez obtenir sur Warrior forum.

Pour revenir au web francophone, je vous suggère également la nouvelle plateforme neebiz (<http://www.neebiz.com>) dans laquelle vous pouvez poser toutes les questions que vous voulez à propos du web-marketing, ainsi que la nouvelle chaîne télé de la plateforme 1TPE que vous trouverez ici :

<http://www.youtube.com/1tpecom?gl=FR&hl=fr#p/u/0/n3QQ0CQ9Q68>

Vous y apprendrez certaines choses indispensables sur l'affiliation de produits numériques.

## Créer un site ou un blog

Vous devez avoir votre propre site ou blog, où vous serez en mesure d'utiliser toutes vos techniques de marketing. Si vous voulez conserver un site qui tienne la route, soyez prêt à dépenser un peu d'argent. Préférez un hébergement de qualité (type [1&1](#)) et un blog WordPress, qui peuvent vous guider dans le développement simple de votre page. J'utilise 1&1 depuis longtemps et je n'ai que du positif à en redire. C'est pour cette raison que je ne me gêne pas pour en faire la promotion ! Wordpress est très bien aussi, il s'agit d'une plateforme de blog mondialement connue.

## Faites le gratuitement

Il est crucial de posséder un site internet si vous possédez un business, petit ou gros. Pourquoi ? Car si vous ne le faites pas, vos concurrents le feront à votre place et en tireront tous les bénéfices. La majorité des sites possèdent de multiples pages qui affichent les informations au sujet du propriétaire, des produits, du service ou du contact. Si vous envisagez simplement d'asseoir une présence sur internet avec votre business, c'est une bonne idée de créer une page web de business. Vous serez même en mesure de construire cette page gratuitement si vous utilisez Wordpress ou Blogger. Le seul désavantage c'est que vous n'aurez pas toute latitude pour personnaliser votre site.

Pour Wordpress, enregistrez-vous pour le service gratuit qu'ils fournissent ici :

<https://fr.wordpress.com/signup/>

Vous aurez besoin d'un nom d'utilisateur, d'un mot de passe et de fournir votre courriel. Tout en vous enregistrant, vous devez choisir un titre pour votre site web. Normalement, vous ne pourrez enregistrer votre site que sous un nom de sous-domaine, puisque vous êtes hébergé sous leur service. Par exemple, si vous voulez réaliser une page web sur Wordpress.com et souhaitez titrer votre business de pizza superpizza.com, votre nom de domaine sera superpizza.wordpress.com.

Choisissez un modèle adapté à votre type de commerce. Vous pouvez choisir parmi beaucoup de modèles gratuits.

Produisez du bon contenu à propos de votre domaine et placez un lien jusqu'à un produit ou un service que vous vendez sur votre toute nouvelle page web.

Cela étant dit, vous constaterez vite qu'un site hébergé en nom de domaine propre et totalement personnalisable est quand même un atout. Vous pouvez aussi le faire avec Wordpress ! Achetez un nom de domaine (sur 1&1 ou ailleurs) puis uploadez la plateforme Wordpress directement dessus. Vous la trouverez ici avec le mode d'emploi pour l'installer :

<http://www.wordpress-fr.net/>

Attention ce n'est pas forcément très simple pour un parfait débutant.

Donc en guise de conclusion je vais être très franc : le mieux est de dépenser quelques euros pour acheter un nom de domaine ET un service de construction de site automatique. Vous trouverez [cela en cliquant ici](#) et en choisissant par exemple l'option readynet pro ou la plateforme e-commerce (nettement plus chère...mais plus complète).

Et je vous conseille **en plus** d'avoir un blog gratuit type Wordpress pour communiquer avec vos prospects et mettre des liens vers votre site principal.

Vous comprenez donc que la combinaison idéale est d'avoir :

- un **blog** en guise d'outil de communication/promotion qui dirige les lecteurs vers votre...
- **...site principal** qui présente votre activité commerciale et les produits/services que vous proposez à la vente.

## Écrire, écrire, écrire

Lorsque tout est prêt, vous devez apprendre à aimer l'écriture puisque le blog est la manière maîtresse de communiquer aux acheteurs toutes les bonnes choses que propose votre offre commerciale. De plus, vous pouvez ajouter un lien d'affiliation dans la boîte de ressource de votre blog. Lorsque quelqu'un clique dessus, il sera automatiquement redirigé vers la page de vente d'un produit X ou Y. Si vous possédez votre propre produit, tout ce dont vous avez besoin en guise de site est une simple page web avec un article instructif à propos de votre produit.

## Écrire pour le référencement de votre site

Vous savez probablement que pour générer des visites vers votre site de manière passive, il "suffit" que votre site apparaisse dans les premiers résultats des recherches par mots-clés dans les moteurs de recherche type Google. Pour cela, écrire des textes avec des liens qui pointent vers votre site puis les diffuser sur internet constitue un bon moyen. L'objet de ce rapport n'est pas de vous fournir un cours de référencement dans les moteurs de recherche, mais je peux au moins vous sensibiliser à l'importance de cette activité.

Tout cela pour vous dire qu'avoir de bonnes capacités de rédaction devient vite un atout dans le domaine du web-marketing. Mais écrire plusieurs

articles possédant des mots clés utiles pour votre niche peut être extrêmement déroutant pour beaucoup d'entrepreneurs en ligne. D'un autre côté, si vous voulez attirer un trafic ciblé vers vos pages web, vous devez inclure ces mots clés à votre contenu. Comment trouver ces mots-clés ? C'est simple : si vous vendez des piscines naturelles...votre mot-clé principal sera "piscine naturelle".

Toutefois, combien de mots clés devez-vous ajouter à votre texte en fonction de la longueur de l'article ? Il faut simplement veiller à donner de l'information utile au lecteur. A votre avis, quel est, d'un point de vue utilisateur, le but de Google ? La réponse est : fournir des informations pertinentes et originales aux personnes qui font des recherches par mots-clés. Faites donc des sites avec du bon contenu, et le haut classement dans le moteur de recherche viendra de lui-même. Ecrivez de bons articles et soumettez-les aux répertoires dédiés : votre positionnement s'améliorera petit à petit.

Suivez les quelques étapes suivantes pour écrire un bon article qui sera bien placé grâce aux mots que vous choisirez d'inclure.

Commencez par faire une recherche avec l'outil de mots-clés de Google : <https://adwords.google.fr>

(cliquez sur Trouver des idées de mots clés).

Vous obtiendrez ainsi une bonne liste qui vous donnera une idée des mots-clés les plus pertinents de votre domaine.

Évitez d'engorger tout votre article avec trop de mots-clés car Google n'aime pas cela. Ceci ne fera qu'endommager votre classement. Écrivez votre article librement et ciblez l'article d'information sur la manière de parler à vos lecteurs, pas aux moteurs de recherche.

Incluez votre mot clé principal au début et à la fin du paragraphe. Vous pouvez également en inclure un dans vos paragraphes principaux, tant que vous ne coincez pas de mots supplémentaires dans votre contenu et vos articles. Si vous écrivez un article de trois cents mots, essayez d'utiliser votre mot clé de 3 à 4 fois, y compris dans votre titre.

Donnez des informations longues et utiles dans vos articles. Non seulement Google aime le contenu simple, mais il aime trouver des informations nécessaires et utiles à afficher dans ses résultats de moteur de recherche. Plus l'information est utile et peu vue ailleurs, plus le classement sera bon. Découvrez ce que veulent savoir les individus de votre niche et donnez les réponses.

En pratique, voilà ce que vous pouvez faire :

- Trouvez deux ou trois mots-clés principaux, si besoin en vous aidant de <https://adwords.google.fr>

- Ecrivez un article de deux ou trois paragraphes incluant ces mots-clés, chaque mot-clé pointant vers votre site et ses pages.
- Soumettez cet article à un site comme Mes-articles.com et...recommencez !

L'intérêt c'est que vous générez ainsi des rétro-liens, c'est-à-dire des liens internet qui pointent vers votre site...et les moteurs de recherche adorent cela.

Voici un exemple :

<http://www.mes-articles.com/business-et-entreprise/creation-entreprise/auto-entrepreneur-reussir-ne-simproviser-pas.html>

L'auteur a écrit un article sur le statut d'auto-entrepreneur et à inséré des liens vers ses sites.

Voici comment écrire un tel lien dans un article, grâce au html :

```
<a href="http://www.monsite.fr/">mot spécial</a>
```

Le mot-clé "mot spécial" pointe vers le site <http://www.monsite.fr>.

Autre exemple :

```
<a href="http://www.auto-entrepreneur-web.fr/">web marketing</a>
```

Le mot-clé "web-marketing" pointe vers le site <http://www.auto-entrepreneur-web.fr>

A vous de jouer !



## **Pour que votre site soit vu**

Pour augmenter le trafic sur vos sites, vous pouvez travailler rapidement sur 3 méthodes simples : le marketing social, le marketing de forum et le marketing par article.

### **Web-marketing**

Dans la promotion sociale, commencez à construire votre réseau social sur Facebook et Twitter. Ce sont les deux sites sociaux les plus simples et les plus populaires que vous trouverez actuellement. Commencez à établir des relations avec d'autres personnes en vous impliquant dans une discussion authentique et réelle sur les domaines professionnels qui vous intéressent.

Dans le marketing de forum de discussion, vous pouvez commencer à naviguer sur les forums populaires qui acceptent les sujets touchant aux problèmes ou aux questions qui mèneront à votre marchandise pour les résoudre. Allez sur Google et cherchez "forum thématique" en remplaçant thématique par votre domaine particulier. Utilisez différentes phrases et mots clés liés à votre niche. La méthode pour établir le lien vers votre site est d'utiliser votre signature pour afficher, à votre grand avantage, ce que vous êtes en mesure de fournir aux lecteurs du forum.

La quasi-totalité des forums proposent en effet aux membres inscrits de renseigner une petite case avec entre autre la possibilité d'insérer l'URL de leur site.

Dans le même temps, vous pouvez poster vos articles sur les répertoires d'articles principaux pour la promotion par articles. La manière dont je réalise cela est en transformant les messages de mon propre blog. Je sélectionne deux ou trois messages, je les modifie et les réarrange en un seul article et je soumetts celui-ci aux répertoires dédiés type mesarticles.com. Assurez-vous simplement d'inclure une déclaration utile et efficace dans votre boîte de ressource pour faire le lien vers votre site. Vous devez, avec l'avantage que vous avez cité, inciter le lecteur à se rendre sur votre site.

En fait il s'agit là de la même technique que dans le chapitre précédent sur le référencement, mais avec un objectif différent : celui de mener les lecteurs des répertoires d'articles vers votre site. Bref, générer des visites gratuites.

## Construire votre mailing-liste

Pour produire des revenus pendant toute votre vie dans le business du marketing sur internet comme **dans tout autre domaine**, vous **devez** construire votre propre liste d'email. Si vous voulez assurer la visibilité de votre activité commerciale grâce au net et exploiter pleinement son potentiel : je le répète, vous **devez** passer par là. Il existe en effet un adage bien connu dans la communauté du web-marketing : l'argent est dans la liste. Et ce n'est pas une légende.

### La liste

Apprendre à utiliser un auto-répondeur comme Aweber ou Getresponse (en anglais) ou cybermailing (en français) afin de monter un système efficace de communication automatique par email et construire votre liste ne prend pas longtemps. Le logiciel le plus utile et le seul indispensable en web-marketing est donc vraiment un auto-répondeur.

Voici ce que vous pouvez faire avec un auto-répondeur :

- Insérer un formulaire d'inscription sur n'importe quelle page de votre site, pour capter les emails de vos visiteurs en échange d'une information, d'un cadeau etc...
- Envoyer à n'importe quel moment un email à l'ensemble ou à une partie de vos souscripteurs

- Envoyer automatiquement à une fréquence programmée une série prédéterminée d'emails destinés à promouvoir vos produits/services.

Et ce n'est que la base de la base.

Toutes ces fonctionnalités sont automatisables. Lorsque la séquence de courriels est définie, vous n'avez plus à vous en inquiéter. Vous pouvez très bien programmer une série de 52 messages à envoyer toutes les semaines ce qui vous fait tenir une année ! Pendant un an, les membres de votre liste entendent parler de vous ! Bien sûr il s'agit là d'un exemple un peu extrême qui ne peut pas s'appliquer à tous les domaines, mais vous pouvez facilement programmer une demi-douzaine de messages pour maintenir la communication pendant un mois ou deux.

L'objectif principal est d'utiliser la séquence pour établir une confiance avec votre base de souscripteurs en leur donnant des conseils et des outils utiles, liés à votre domaine. N'utilisez pas de "vente dure" dans vos premiers courriels de début de séquence. Vous pourriez utiliser une stratégie appelée "inspirez, respirez".

Il s'agit de fournir des informations utiles au début de votre courriel, puis, par la suite, d'effectuer l'argumentaire publicitaire pour obtenir la commande. Et conservez ce cycle pour faire que votre base de souscripteurs lise vos courriels et vos argumentaires ou vos nouvelles informations plus naturellement. Vous pouvez alterner conseils gratuits et cadeaux avec publicité et arguments de vente de vos produits/services.

## **Emballé, c'est pesé !**

Comme beaucoup d'entre vous, j'ai, à un moment donné, tenté inexorablement de découvrir des méthodes pour gagner de l'argent depuis mon domicile. J'ai inlassablement parcouru la Toile pour trouver des tuyaux ou des étapes essentielles relatives à la manière dont je pourrais commencer ma carrière en ligne, sans nécessairement quitter mon travail ou dominer les événements essentiels de ma vie.

J'ai essayé de découvrir les réponses dans les programmes de formation en ligne, juste pour pouvoir simplifier les techniques apparemment complexes du monde de l'Internet. Depuis, j'ai toujours cru au dicton : “Enseigne à un homme comment pêcher et tu le nourriras pour toute sa vie”, et j'ai souhaité partager ce que j'ai appris avec vous.

Je souhaite que vous connaissiez la réussite pour gagner de l'argent sur internet et que vous distinguiez comment vous pouvez obtenir des revenus et possédiez également un style de vie Internet. Il ne vous reste qu'à vous lancer...

Cet ebook vous a plu ?

Si vous souhaitez en découvrir d'autres, visitez ce site :

<http://www.ebook-enligne.fr>

Et découvrez également comment vous pouvez vous aussi écrire des ebooks, les vendre sur internet et générer légalement un complément de revenu non négligeable...ou un véritable empire.

Pour en savoir plus sur le web-marketing, et si ce n'est pas déjà fait inscrivez-vous ici :

<http://www.proactive-marketing.fr/cours/inscription.html>

C'est gratuit et surtout efficace.

A bientôt !