

Un ebook pour un salaire.



**31 jours pour gagner de l'argent en
écrivant et en vendant des ebooks**

*Un guide journalier pour
améliorer votre quotidien*

Nicolas Boussion

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

Un ebook pour un salaire – 2011
Nicolas Boussion – Tous droits réservés.

Important : ce livre numérique, comme toute œuvre de l'esprit, fait l'objet de droits d'auteur. Son contenu a été déposé le 1er septembre 2011 chez un huissier d'une part et dans un coffre-fort numérique d'autre part. L'antériorité du texte pourra être démontrée officiellement en cas de litige. A ce titre, sauf autorisation écrite et signée de l'auteur, vous ne pouvez copier, vendre ou donner tout ou partie de cet ouvrage. Tous droits réservés.

Décharge de responsabilité

Veillez noter que le contenu de ce document a pour unique vocation de vous informer.

Toutes les informations contenues dans ce rapport ont été soigneusement vérifiées à l'issue de leur rédaction, mais sans aucune garantie d'exactitude, d'exhaustivité, de précision. Le lecteur (la lectrice) reconnaît et comprend que l'auteur ne s'engage aucunement en matière de conseil légal, financier ou professionnel. Il ne fait notamment aucune promesse en matière de gain financiers et autres.

En lisant ce document, le lecteur (la lectrice) accepte sans réserve et définitivement le fait qu'en aucune circonstance l'auteur et/ou le vendeur ne pourra (pourront) être tenu(s) responsable(s) des pertes, dommages, directs et indirects, qui résulteraient de l'utilisation de l'information contenue dans ce document, incluant et ne se limitant pas aux erreurs, oublis et imprécisions.

Table des Matières

Jour 1: Bienvenue !	4
Jour 2: Trouver le bon marché pour vos ebooks	6
Jour 3: Comment trouver l'idée parfaite pour le sujet d'un ebook (partie 1)	8
Jour 4: Comment trouver l'idée parfaite pour le sujet d'un ebook (partie 2)	10
Jour 5: Comment trouver un super titre pour votre petit rapport.	12
Jour 6: Comment écrire un petit rapport en utilisant le système P.A.G.E.S. (Partie 1). 13	
Jour 7 : Comment écrire un petit rapport en utilisant le système P.A.G.E.S. (Partie 2) 16	
Jour 8 : Comment écrire un petit rapport en utilisant le système P.A.G.E.S. (Partie 3) 18	
Jour 9 : Comment "packager" votre ebook (partie 1)	19
Jour 10 : Comment "packager" votre ebook (partie 2)	21
Jour 11 : Comment définir le prix de votre petit rapport d'information.	23
Jour 12 : Comment positionner votre ebook pour atteindre un bon niveau de ventes (partie 1)	25
Jour 13 : Comment positionner votre ebook pour atteindre un bon niveau de ventes (partie 2)	27
Jour 14 : Comment écrire une page de vente convaincante (partie 1)	29
Jour 15: Comment écrire une page de vente convaincante (partie 2)	33
Jour 16 : Comment écrire une page de vente convaincante (partie 3)	36
Jour 17 : Comment écrire une page de vente convaincante (partie 4)	41
Jour 18 : Comment mettre en place un site internet (partie 1)	44
Jour 19 : Comment mettre en place un site internet (partie 2)	46
Jour 20 : Comment mettre en place un site internet (partie 3)	47
Jour 21 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 1)	49
Jour 22 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 2)	52
Jour 23 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 3)	53
Jour 24 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 4)	54
Jour 25 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 5)	56
Jour 26 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 6)	57
Jour 27 : Devenez plus productif avec cette check-list de 7 étapes (partie 1)	60
Jour 28 : Devenez plus productif avec cette check-list de 7 étapes (partie 2)	63
Jour 29: Devenez plus productif avec cette check-list de 7 étapes (partie 2)	64
Jour 30 : 21 idées pour votre prochain ebook (partie 1)	67
Jour 31 : 21 idées pour votre prochain ebook (partie 2)	71
Conclusion	75

Jour 1: Bienvenue !

Bienvenue dans le guide "**31 jours pour gagner de l'argent en écrivant des ebooks**" !

Soyons clair et direct :

L'objectif d'une activité commerciale sur internet, basée sur les ebooks, est de trouver une audience cible pour la convaincre de faire des achats répétés.

C'est donc votre nouvel objectif !

Typiquement, au lieu de vendre un ebook à 5 euros à un client, puis chercher une autre client, vous allez mettre en place un système de vente. Voilà comment il fonctionnera : une fois qu'un prospect est trouvé, vous lui proposez à la vente un ebook à 5 euros, puis un vrai produit à 40 euros, puis un autre à 90 euros et enfin un dernier à 990 euros.

En effet, une fois que vous avez réussi une vente avec un client, pourquoi le laisser en plan ? Au contraire, donnez lui l'opportunité de dépenser tout l'argent qu'il souhaite.

Ce qui est important, c'est que vos clients réalisent plus d'une transaction avec vous.

Et tout cela commencera avec un simple petit rapport de 7 à 15 pages.

Attention, il n'est pas question, par la suite, de forcer les gens à vous acheter des ebooks ou d'autres produits/services qui leur seraient inutiles. Au contraire, vous devez élaborer une suite d'offres vraiment utiles, intéressantes et profitables sinon ce système ne fonctionnera pas.

Il y a une très grosse différence entre :

Argument n°1: "ce produit va changer votre vie...vous allez devenir riche... c'est le meilleur produit qui existe ... si vous n'achetez pas aujourd'hui vous le regretterez ... cette offre est indispensable faites vite !"

Argument n°2: "si vous êtes prêt à XYZ, sachez que j'ai trouvé ce produit vraiment intéressant dans mon activité commerciale quotidienne. Je l'utilise régulièrement et voilà les résultats. Je vous le recommande vraiment et vous aurez même XYZ gratuitement si vous passez commande maintenant."

Ces deux arguments tentent de vendre le même produit, mais le deuxième est plus raisonnable et plus crédible. Optez donc toujours pour le respect du client !

Retour à nos moutons...

Votre audience cible (c'est-à-dire vos prospects), doit vous acheter tout ce que vous lui proposez. Encore et encore.

En dépit des croyances populaires, vous pouvez y arriver sans agir comme un forcené de la vente forcée, avide et sans morale.

C'est très important et tout ce qu'il y a dans ce guide s'inscrit dans le respect du prospect et du client. On dit parfois que le client est roi. C'est tout à fait vrai.

Voilà ce que nous aborderons :

CHOISIR un marché.

CREER des petits rapports et les proposer au marché.

ENCAISSER de l'argent grâce à ce système de vente d'information.

Ce que je veux vous apprendre dans les 31 prochains jours, c'est comment créer des petits rapports de 7 à 15 pages, ou même un peu plus, vendus à 5-15 euros...puis comment s'en servir pour créer un système complet de vente jusqu'à un produit final beaucoup plus cher.

Vous pouvez donc gagner une "petite fortune" en rédigeant de "petits rapports", comme vous l'avez maintenant compris.

Anticipons de 12 mois :

- Vous avez maintenant 12 petits rapports à 10 euros chaque (un par mois).
- Vos clients achètent le premier, puis la plupart du temps, les 11 autres.
- Vous commencez à construire un pack plus important à partir des 12 titres que vous vendrez ultérieurement à 49 euros (pour une transaction unique plus rémunératrice).
- Vous lancez un programme d'affiliation pour ce produit à 49 euros en proposant une commission de 50%.
- Vous utilisez chacun des petits rapports pour proposer ensuite une offre vers un produit nettement plus conséquent à 495 euros.

➤ VOTRE petite fortune prend forme !

Ce n'est qu'un exemple. Et ce n'est que le début.

Nous verrons demain comment trouver le marché qu'il vous faut.

Jour 2: Trouver le bon marché pour vos ebooks

Votre activité commerciale liée aux ebooks va s'articuler autour d'un marché. Ou de plusieurs marchés. Un marché est tout simplement une thématique assez large, comme par exemple la perte de poids et les régimes, le marketing internet, le travail à domicile, le jardinage, la randonnée etc...

Vous pouvez aussi concevoir cela en termes d'"audience ciblée" ou de prospects : il s'agit des personnes qui sont intéressées par cette thématique. Exemples : *les personnes qui veulent maigrir, les personnes qui font de la randonnée* etc...

Ce qui est important au début, c'est de choisir un marché assez large et non ce qu'on appelle une niche, c'est-à-dire une sous-thématique bien spécifique d'un marché donné.

La raison est simple :

Vous voulez créer de nombreux rapports pour élargir votre offre au maximum.

Vous allez donc maintenant essayer de trouver un ou plusieurs marchés qui vous intéressent

3 conseils pour bien choisir votre marché

En ce qui me concerne j'utilise trois critères pour savoir si un marché donné est pour moi au non.

Je vous conseille de suivre ces trois critères.

1. Un bon marché est relatif à une audience qui a de l'argent à dépenser.

Si un marché n'est pas habitué à dépenser de l'argent, et si possible beaucoup d'argent, il n'y a pas de raison de le choisir.

Exemple: Les lycéens ne sont pas forcément une bonne audience cible car la plupart n'ont pas beaucoup d'argent à dépenser. A l'inverse, les retraités qui voyagent souvent ont un fort pouvoir d'achat. C'est une bonne audience !

2. Un marché est bon si on peut lui proposer de nombreuses offres distinctes.

Vous voulez vendre plein d'ebooks différents : il faut que la thématique soit suffisamment large pour cela.

3. Un marché est bon s'il VOUS intéresse

Evidemment ce n'est pas indispensable, mais c'est un sacré plus. Si vous trouvez un marché suffisamment large et qui a de l'argent, c'est bien, mais si en plus c'est un domaine qui vous passionne c'est MILLE fois mieux.

C'est mille fois mieux car vous aurez un avantage par rapport à la concurrence : l'envie de vraiment devenir expert dans le domaine. Et si vous l'êtes déjà c'est encore mieux.

Ce n'est pas nécessaire mais ça aide.

Cela étant dit, peut-être que vous n'avez toujours pas trouvé votre marché.

Pour vous aider voici une petite liste à utiliser comme une source d'inspiration.

Liste de marches profitables

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Retraite / personnes âgées. | <input type="checkbox"/> Finances et investissement |
| <input type="checkbox"/> Antiquité / Brocante | <input type="checkbox"/> Enfants et adolescents |
| <input type="checkbox"/> Activités créatives et manuelles | <input type="checkbox"/> Motivation |
| <input type="checkbox"/> Développement personnel | <input type="checkbox"/> Associations |
| <input type="checkbox"/> Bébés, puériculture | <input type="checkbox"/> Randonnée, outdoor |
| <input type="checkbox"/> Soins et produits de beauté | <input type="checkbox"/> Parentalité |
| <input type="checkbox"/> Commerce (enchères) | <input type="checkbox"/> Animaux domestiques |
| <input type="checkbox"/> Commerce (entreprenariat) | <input type="checkbox"/> Photographie |
| <input type="checkbox"/> Commerce (Internet) | <input type="checkbox"/> Vente et marketing |
| <input type="checkbox"/> Commerce (idées et opportunités) | <input type="checkbox"/> Succès |
| <input type="checkbox"/> Travail à domicile | <input type="checkbox"/> Shopping |
| <input type="checkbox"/> Santé | <input type="checkbox"/> Gestion du temps et de la performance |
| | <input type="checkbox"/> Voyage |
| | <input type="checkbox"/> Mariage |

- Emploi, carrière professionnelle
- Coaching
- Communication
- Informatique (Hardware)
- Informatique (Software)
- Informatique et technologie
- Protection du consommateur
- Cuisine
- Séduction et drague
- Education
- Mode
- Sport et bien-être
- Hobbies
- Famille
- Décoration/rénovation d'intérieur
- Devoirs d'école
- Internet

Votre objectif du jour: Trouvez l'audience cible de vos futurs petits rapports.

Demain vous commencerez à découvrir le procédé réel de création de ces petits rapports !

Jour 3: Comment trouver l'idée parfaite pour le sujet d'un ebook (partie 1).

Attention...

Dans cette leçon nous allons voir comment trouver une idée parfaite de sujet pour un ebook.

Avant de jeter un œil sur ce sujet, laissez-moi vous avertir d'un problème potentiel qui peut vous toucher si vous n'êtes pas préparé :

Truc: Ne passez pas trop de temps à chercher une thématique pour votre prochain ebook.

Je ne veux pas dire que vous devez écrire tout et n'importe quoi sur n'importe quel sujet. C'est plutôt le contraire : vous devez trouver une thématique précise et rémunératrice, adaptée à votre situation. CELA ETANT : Dans un premier temps, vous devez écrire un PETIT rapport. Pas un document de 500 pages. Donc pas

besoin de passer 6 mois à trouver LE thème parfait pour le titre parfait et ultime. Chaque chose en son temps.

Ne vous égarez donc pas : la clé est de créer RAPIDEMENT de PETITS rapports.

Donc il n'y a pas grand risque à encourir et encore moins de temps à perdre.

Maintenant que cela est dit, voyons deux critères importants qui je crois vous permettront de rapidement analyser votre marché et d'estimer la thématique la plus à la mode pour votre prochain petit ebook.

Critère numéro 1: la demande. Il doit exister un certain niveau d'intérêt pour une idée ou un concept donné avant de se lancer à corps perdu dans la rédaction. Plus un thème est porteur d'intérêt plus il y a de chances que vous vendiez un rapport qui traite justement de ce thème. C'est logique. Mais crucial.

Vous vous demandez probablement :

*Comment savoir si une idée est porteuse ?
Comment trouver une idée porteuse ?*

Bonnes questions ! Et ma réponse tient en 7 points :

- 1. Jetez un œil à 1TPE.com.** Les produits qui se vendent le plus sur cette plateforme d'affiliation abordent des thématiques particulières. Faites une recherche par thématique (celle qui vous concerne le plus) et sélectionnez les 4 ou 5 produits qui se vendent le plus. Pour cela il faut ouvrir un compte mais c'est gratuit et exécuté en 2 minutes. Cela vous aidera à trouver une bonne idée sur un sujet qui marche. (Et vous pourrez même trouver un produit à promouvoir en plus de votre propre ebook ! Nous verrons cela dans une leçon ultérieure...).
- 2. Vérifiez la liste des meilleures ventes sur Amazon.fr et Fnac.com.** Ce sont les sites francophones les plus utilisés au niveau des livres, alors autant s'y référer pour trouver des idées. Il vous suffit d'utiliser les outils de recherche de ces sites en inscrivant vos mots-clés favoris ou votre domaine et vous trouverez ce qui se vend le plus.
- 3. Utilisez les moteurs de recherche généralistes (Google et Bing) pour trouver ce que la concurrence propose sur votre sujet de prédilection ou sur n'importe quel sujet.** Faites attention aux résultats qui apparaissent en premier et à ceux qui apparaissent à droite (liens sponsorisés, c'est-à-dire payants). Ce sont bien souvent ceux qui sont le plus à même de donner de bonnes idées sur ce qui marche bien à un instant donné.

4. **Jetez un œil dans tous les forums liés à votre thématique ou votre domaine d'intérêt.** Il existe des forums pour tous les sujets imaginables. Inscrivez-vous et suivez les discussions où il y a beaucoup de message ce qui signifie qu'il y a un intérêt majeur qui se cache...Essayez de voir si des gens se plaignent de telle ou telle chose...un bon sujet pointera alors le bout de son nez !
5. **Lisez les articles les plus populaires dans les sites dédiés.** Je pense par exemple à <http://www.mes-articles.net/> et <http://www.articlesenligne.com/>.
6. **N'oubliez surtout pas la presse écrite généraliste et les magazines.** Ces journaux sont une véritable mine d'or en termes d'idées pour un ebook. Pourquoi ? Parce que ce type de magazines et de journaux ont le même intérêt que vous : trouver des sujets qui intéressent un maximum de personnes ! Alors vous pouvez écrire sur les mêmes sujets : ils ont déjà fait le travail de recherche à votre place.
7. **Si vous avez une mailing-list, c'est parfait !** Voilà comment faire :
 - a. Demandez aux membres de votre liste quels sont les sujets qui les intéressent le plus.
 - b. Choisissez celui qui a le plus de réponse et le tour est joué !

Demandez à vos futurs clients ce qu'ils veulent et donnez-leur !

Voici donc 7 indicateurs qui vous permettront de juger de la demande existante sur un sujet donné. Vous voyez que ce n'est pas si difficile.

Votre travail d'aujourd'hui : C'est simple (comme toujours), utilisez ces conseils pour trouver une bonne idée pour votre prochain titre.

Nous verrons dans la prochaine leçon un autre critère important pour évaluer un sujet de petit livre numérique.

Jour 4: Comment trouver l'idée parfaite pour le sujet d'un ebook (partie 2).

Critère numéro 2: l'originalité.

Plus précisément, votre petit rapport doit présenter quelque chose de SPECIFIQUE et PRECIS pour pouvoir séduire un marché donné. Plus vous êtes précis et plus vous allez intéresser de monde.

N'oublions pas que nous nous intéressons à des rapports de 15 pages maximum : il n'est donc pas question d'étudier à fond une problématique généraliste.

Maintenant, il existe à mon avis deux moyens de faire cela correctement...

Option A : Segmentation. Cela veut dire que vous prenez une section spécifique d'un sujet global et vous l'expliquez dans les plus grands détails.

Exemple: Un sujet global pourrait être "comment créer des produits d'information". Une version segmentée pourrait être : "comment sous-traiter la rédaction de texte pour un ebook". Et voici une version encore plus segmentée : "comment trouver les meilleurs rédacteurs à un prix raisonnable".

Astuce: Prenez n'importe quelle page de vente d'un produit comparable au votre. Lisez la fameuse liste des bénéficiaires (liste à puce bien connue des copywriters) et vous y trouverez de très bonnes idées pour segmenter votre argumentaire.

Option B : Énumération. En fait vous créez une liste de points la plus grande possible autour de 1 seul sujet particulier. C'est peut-être pas très clair ce que je dis alors voici des exemples...

Exemples :

- 24 manières de garantir la bonne livraison de vos emails.
- 17 manières de perdre 2 kilos sans régime.
- 21 façons d'économiser de l'essence en ville.
- 19 manières de gagner de l'argent avec eBay.
- 27 manières de sauver son mariage.

Vous voyez l'idée : énumérer un maximum de points qui concernent une thématique particulière. Cela fonctionne très bien auprès des prospects qui adorent quantifier les choses.

En effet, les gens apprécient avoir plusieurs possibilités, plusieurs OPTIONS pour un problème donné. Quand vous ne proposez qu'une seule solution, beaucoup de personnes vont se demander si elles sont capables de la réaliser.

Mais avec une bonne liste de possibilités diverses, tout le monde trouvera chaussure à son pied !

Si vous trouvez 20 "manières" ou 20 "idées" concernant un problème donné, il vous suffit d'écrire une demi-page sur chaque point pour obtenir un petit rapport de 10 pages. Facile !

Votre travail d'aujourd'hui : Passez une demi-heure à générer des idées en suivant les deux options que je viens de citer. Vous DEVEZ obtenir un résultat convaincant.

Jour 5: Comment trouver un super titre pour votre petit rapport.

Le titre de votre texte joue un rôle important dans la conversion d'un internaute en client.

En d'autres termes il est bon de faire un peu plus attirant que, disons, "L'ebook de Nicolas sur la création d'ebook" (quoi que réflexion faite, ce n'est peut-être pas un si mauvais titre :o)).

Beaucoup de choses ont été dites sur ce problème important qu'est le choix d'un bon titre. Je vais vous expliquer ce que je considère comme le plus important :

En fait ce n'est pas si difficile pourvu que vous vous posiez les trois questions que j'appelle "RIB"

- ➔ **Le titre est-il Représentatif ?** En gros, est-ce que votre titre fait bien penser au contenu de l'ebook ? Est-il spécifique au domaine que vous abordez ?

Exemple #1: "Tout sur les vacances" n'est pas très spécifique. "Comment planifier vos vacances ?" est déjà mieux. " Comment planifier vos vacances en trois étapes ?" est encore mieux.

Exemple #2: "Comment économiser de l'essence ?" est pas mal mais moins spécifique que "21 manières d'économiser de l'argent à la pompe à essence".

- ➔ **Le titre suscite-t'il de l'Intérêt ?** Génère-t'il de la curiosité ? Donne-t'il envie d'en savoir davantage sur le sujet ? Donne-t'il envie d'acheter l'ebook ?

Exemple: "Comment planifier vos vacances en trois étapes amusantes et peu coûteuse ?"...et mieux encore :

"Comment prendre des vacances de rêve sans dépenser un sou ?".

→ **Le titre évoque-t-il des Bénéfices ?** En lisant votre titre, est-ce que le prospect ressent la perspective de gagner quelque chose de positif en achetant puis en lisant votre ebook ? Le titre fait-il miroiter un AVANTAGE MAJEUR et irrésistible ? N'oubliez pas que nous sommes de pauvres créatures attirées par tout ce qui brille...et la promesse d'une solution à un problème donné brille beaucoup !

Exemple: "Générez de l'argent avec internet" n'est pas aussi efficace que "Gagnez 100 euros net par jour dès la semaine prochaine grâce à internet". "100 euros net" est beaucoup plus parlant que "de l'argent"; de même "gagner" est plus précis que "générer" car tout le monde souhaite gagner de l'argent utilisable. Et préciser "dès la semaine prochaine" rend la perspective plus réelle.

Votre travail du jour : Trouvez un dizaine de titres pour votre prochain rapport...et choisissez le meilleur en utilisant ma technique RIB.

Jour 6: Comment écrire un petit rapport en utilisant le système P.A.G.E.S. (Partie 1).

Vous avez appris hier à trouver le meilleur titre possible pour votre petit rapport. Dans les trois prochaines leçons, celle-ci comprise, vous allez apprendre à utiliser mon **système P.A.G.E.S.** pour écrire facilement et rapidement tous vos textes.

Le système s'appelle PAGES car chaque lettre traite l'une des 5 étapes nécessaires.

- P - PLANIFIER le rapport en récoltant des idées.
- A - ARRANGER ces idées séquentiellement ou systématiquement.
- G - GENERER du contenu en "bouchant les trous".
- E - EXTRAIRE des listes de bénéfices en parallèle pour faciliter la rédaction de la page de vente.
- S - SCRUTER les erreurs pour finaliser.

Commençons donc par l'étape numéro 1...

Etape #1: PLANIFIER le rapport en récoltant des idées. Evidemment, à ce niveau d'avancement vous devriez avoir une idée nette du sujet de votre

ebook. Mais par où commencer la rédaction ? Le mieux est de jeter toutes les idées sur un bout de papier, ou sur votre ordinateur en utilisant un éditeur de texte. Mettez toutes les idées qui vous passent par la tête, même les plus farfelues.

Un conseil pour vous aider :

Faites une liste de tout ce que vous aimeriez partager.

Eh oui ! Le but de votre rapport est de présenter de l'information utile, et cette information qui d'autre mieux que vous sait de quoi il s'agit ? Personne. Alors listez les points importants que vos lecteurs doivent connaître et le tour est joué.

Mettez vos pensées noir sur blanc !

Peu importe si ces pensées, ces idées sont réalistes ou non, peu importe si vous les incorporerez ou non à votre document final. L'important est de générer un maximum de concepts...

- Idées
- Notes
- Listes
- Questions
- Astuces
- Aide-mémoire
- Points de vue personnels
- Pensées subjectives
- Choses à faire et à ne pas faire
- Check-lists
- Détails
- Etapes
- Faits
- Explications
- Comparaisons
- Statistiques
- Analyses
- Citations
- Illustrations / Tableaux / Photos / Schémas

Voici d'ailleurs un petit jeu très productif que vous allez adorer...C'est un peu le jeu du baccalauréat si vous le connaissez...Voici de quoi il s'agit :

En commençant par la lettre A, pensez à des événements des personnes, des endroits des objets, des verbes des idées etc...directement en relation avec le sujet de votre ebook. Le but est de faire cela pour toutes les lettres de l'alphabet jusqu'à Z.

Exemple: Si le sujet de votre ebook est le web-marketing, voici comment il serait possible de répondre :

A = Affiliation
B = Buzz
C = Capture d'email
D = Direct marketing
E = Email marketing
F = Forum
G = Google

C'est tout pour la lettre P du système PAGES...poursuivons donc avec la lettre A.

Etape #2: ARRANGER ces idées séquentiellement ou systématiquement. Il y a deux manières d'arranger les idées que vous avez maintenant sous les yeux - en d'autres termes, il s'agit des les organiser en un contenu sensé et logique. Soit vous le faites séquentiellement, soit systématiquement.

Séquentiellement : Vous organisez vos idées de manière chronologique. Pour parvenir à la solution que vous proposez dans votre ebook, vous énumérez les différentes étapes : pour commencer voici l'étape 1, puis l'étape 2 etc...jusqu'à la dernière étape.

Truc: De manière générale, ne dépassez pas les 9 étapes ce serait trop long. Trop long pour un petit ebook et surtout trop long pour le lecteur qui pourrait y voir un excès de complexité.

Systématiquement : Il s'agit de grouper vos idées selon les liens qui les relient les unes aux autres.

Exemple #1: Si votre titre est "5 astuces pour mincir avant l'été", il suffit de construire votre ebook en listant vos 5 astuces les unes après les autres, chaque astuce faisant l'objet d'un chapitre.

Exemple #2: Si vous avez énormément d'astuces à présenter, essayez de faire des groupes autour de sous-thématiques. Vous ferez ensuite un chapitre par groupe.

Note: Voici quelques conseils supplémentaires issus de mon expérience dans certains cas difficiles. Je sais que vous voulez écrire quelque chose de parfait pour ne pas décevoir vos lecteurs. Mais certains des points que vous allez aborder sont plus importants, ou meilleurs, ou moins connus que d'autres.

Il faut les placer au DÉBUT et à la FIN de votre rapport.

En effet, il faut commencer votre rapport avec du contenu de haute qualité et finir également en "fanfare" avec des idées fortes ou des conseils de grande valeur.

Le contenu un peu plus faible, s'il doit être présenté malgré tout, doit être disséminé au milieu de votre rapport.

Je ne veux pas dire que vous devez "cacher" les mauvaises choses : je veux dire que les forces doivent être mises en valeur et les faiblesses minimisées.

Votre travail du jour : Menez à bien les étapes P et A du système PAGES.

Jour 7 : Comment écrire un petit rapport en utilisant le système P.A.G.E.S. (Partie 2)

Etape #3: GENERER du contenu en "bouchant les trous". A ce point vous devriez avoir une belle entrevue de ce qui est née de toutes vos idées. Il s'agit maintenant de boucher les trous pour remplir paragraphes et chapitres juste à partir de votre listing organisé d'idées et de thématiques. C'est tout !

Bien souvent à cette étape je fais un peu de mathématiques : je prends le nombre total de pages que je veux écrire et je divise par le nombre total d'idées à aborder. De cette manière je sais à peu près combien de lignes/paragraphes je dois rédiger par idée. C'est tout simple mais cela aide bien.

Exemple: Vous voulez écrire un rapport de 10 pages sur un sujet donné et vous avez 20 idées que vous souhaitez arranger en 5 sections différentes. Avec le petit calcul que je vous ai expliqué, vous savez que vous devez écrire environ une demi-page par idée pour arriver aux 10 pages totales. Cela aide beaucoup pour progresser efficacement : quand vous vous lancez dans l'écriture, vous savez que vous "fonctionnez" par demi-page. Quand vous avez écrit une demi-page pour une idée, vous savez que vous pouvez passer à l'idée suivante...ou faire une pause si vous en avez marre !

Bien entendu, certaines idées nécessiteront moins d'espace que d'autres mais le calcul que je vous ai présenté n'est en aucun cas une science exacte ou une règle à suivre absolument. C'est juste un guide pour équilibrer votre rapport.

C'est un conseil et non une règle : essayez-le et voyez s'il vous convient, le plus important étant d'écrire et d'avancer, peu importe la méthode. Rédiger simplement un ou deux paragraphes pour chaque idée et ajustez pour arriver finalement à votre nombre total de pages.

Note: Il est important d'insérer ici et là quelques touches originales. Un peu d'humour ne fait pas de mal par exemple ! Adoptez un style, mettez votre "patte", montrez votre personnalité (bien sûr, cela dépend grandement du sujet de votre ebook, certains thèmes se prêtant plus ou moins à l'excentricité...

Voyons maintenant l'étape 4.

Etape 4 : EXTRAIRE des listes de bénéfices en parallèle pour faciliter la rédaction de la page de vente. Sur internet, toute page de vente qui se respecte contient une liste de bénéfices et d'avantages liés à l'achat du produit/service. Il en va de même pour vos ebooks.

Pour gagner en efficacité je vous conseille vivement de lister ces bénéfices au fur et à mesure que vous écrivez votre rapport.

Dans tous les ebooks que j'ai pu rédiger, y compris celui-ci, il existe une multitude de paragraphes ou de parties qui expliquent "le moyen le plus rapide pour faire ceci...", "la technique la plus simple pour obtenir cela...", "la stratégie secrète pour construire ceci trois fois plus vite" etc...

Dès que j'écris une phrase de ce type, j'essaie de l'écrire d'une autre manière et je la note dans un document à part ou directement dans le fichier html qui me servira de page de vente.

Exemples :

- Comment doubler vos commissions affiliées sans lever le petit doigt !
- 3 façons d'exploiter les ebooks en droits libres pour en tirer un bénéfice à vie en travaillant seulement 30 minutes par semaine.
- Mon arme secrète pour être en première page de google sans payer un euro (Indice : vous pouvez la télécharger immédiatement et l'utiliser sans que personne ne le sache).
- Attention : si vous ne faites pas ceci, vous n'obtiendrez aucune commission AdSense à partir de votre blog !

Bien entendu, tout ceci doit apparaître sous forme de liste avec des puces pour chaque idée.

Vous constatez aussi que ce n'est pas sous cette forme un peu "chargée" et mystérieuse que vous rédigez votre texte dans votre ebook et c'est pour cela que vous devez reformuler vos phrases. Dans la liste de bénéfices d'une page de vente, vous ne devez pas révéler vos idées mais bel et bien susciter la curiosité et l'envie d'acheter. Utilisez donc un vocabulaire spécifique avec des adjectifs un peu forts et des formules légèrement "excessives" sans être "chocs".

Plus vous aurez de bénéfices et d'avantages à présenter, mieux ce sera. Pour éviter de tout relire votre rapport une fois fini, faites votre liste en cours d'écriture.

Votre travail du jour : Commencez à écrire ! Mettez en application ce que vous venez d'apprendre et commencez à rédiger votre rapport...et une partie de votre page de vente.

Jour 8 : Comment écrire un petit rapport en utilisant le système P.A.G.E.S. (Partie 3)

Voyons aujourd'hui la dernière étape du système P.A.G.E.S.

Etape 5 : SCRUTER les erreurs pour finaliser votre rapport. Il est temps de finaliser votre ebook et de peaufiner sa présentation. Je vous recommande de suivre les trois étapes suivantes...

1. **Compréhension.** Certains paragraphes seront forcément peu clairs et certaines idées mal expliquées. C'est normal. Il faut les reprendre et ajouter des détails ou des exemples pour faciliter la compréhension et illustrer vos propos.
2. **Présentation, mise en page.** Utilisez différentes polices pour structurer votre contenu. Vous pouvez aussi utiliser de la couleur pour mettre en valeur des points importants, ou mettre le texte en gras et/ou le souligner et/ou le mettre en italique. Faites attention à l'indentation, faites preuve d'originalité dans le choix des puces pour vos listes, ne négligez ni l'en-tête, ni le pied-de-page.
3. **Re-lecture.** Pour finir, relisez tout attentivement et cherchez les fautes d'orthographe, les fautes de frappe, les erreurs de grammaire. L'idéal est de faire relire l'ensemble par une tierce personne, c'est nettement plus sûr car à force de travailler sur un texte, on ne voit plus les erreurs. N'oublions pas que même si le contenu est roi, si la qualité, l'utilité et la valeur de votre information prévalent sur tout le reste, autant soigner également la présentation pour laisser une bonne impression.

Vous y êtes, vous connaissez le système P.A.G.E.S. ! Un petit récapitulatif :

P - PLANIFIER le rapport en récoltant des idées.
A - ARRANGER ces idées séquentiellement ou systématiquement.
G - GENERER du contenu en "bouchant les trous".
E - EXTRAIRE des listes de bénéfiques en parallèle pour faciliter la rédaction de la page de vente.
S - SCRUTER les erreurs pour finaliser.

Pour aujourd'hui : Terminez complètement votre rapport en tenant bien compte de ce que vous venez d'apprendre.

Dans les jours qui suivent, je vous montrerai comment "packager" votre ebook.

Jour 9 : Comment "packager" votre ebook (partie 1)

L'écriture et la mise en page ne sont pas tout. Ne négligeons pas certains "détails" importants.

Nous allons donc passer un peu de temps sur le packaging, la détermination du prix et le positionnement de votre offre.

Pour les prochaines leçons il sera donc question de "packaging".

Partie 1: PACKAGING. Vous devez vous demander ce que je veux dire par packaging...en fait, deux choses toutes simples :

1. Le contenu (encore et toujours)
2. L'habillage

1. Le contenu

En plus de l'information proprement dite, celle que vous vendez vraiment, il y a d'autres pages qu'il est important de peaufiner. Pour que l'apparence de votre ebook soit parfaite et sa structure complète, n'oubliez pas d'ajouter :

- a. La page de titre.** En général, il faut mettre le titre, le sous-titre s'il y en a un, votre nom et la manière de vous contacter (ce n'est pas obligatoire). Vous pouvez aussi mettre un graphique comme une couverture virtuelle ou toute autre illustration.
- b. La page de copyright.** Insérez les termes d'usage, la décharge de responsabilité et le copyright. Pour ce dernier, je vous conseille le dépôt virtuel officiellement horodaté par huissier (voir france-copyright.fr par exemple).
- c. La page de l'auteur.** Il est toujours possible de réserver une page dans laquelle vous parlez de vous. Cela peut prendre la forme d'une très courte "bio" qui vous permettra de vous identifier et de vous personnaliser. Le lecteur comprendra ainsi qu'il y a bel et bien une "personne réelle" derrière l'ebook qu'il s'apprête à lire.
- d. La page d'offre spéciale.** Il est important d'inclure une offre commerciale à l'intérieur même de votre ebook, sous la forme d'un lien vers l'un de vos autres produits/service.

Voilà ce que vous pouvez proposer :

- UNE RÉDUCTION sur un offre donnée.
- UN CADEAU COMPLÉMENTAIRE pour l'achat d'un produit affilié.

- UN ACCÈS SECRET ET RÉSERVÉ à un produit/service que vous ne proposez nulle part ailleurs.
- e. La table des matières.** (Optionnel) Cela s'avère utile si votre rapport dépasse les 20 pages et contient plusieurs vrais chapitres indépendants. En dessous de 20 pages, ce n'est certainement pas nécessaire.
- f. Le texte lui-même.** C'est le contenu de votre rapport proprement dit. Comme nous l'avons déjà évoqué, visez 10 à 12 pages, avec un maximum à 30 pages.
- g. L'offre finale.** Soit vous intégrez une page de ressources complémentaires et utiles, gratuites et payantes, soit vous présentez une offre distincte pour l'un de vos produits haut de gamme, nettement plus cher et plus consistant.

C'est tout pour aujourd'hui.

Jour 10 : Comment "packager" votre ebook (partie 2)

2. L'habillage

De nos jours, (j'allais ajouter "malheureusement"), l'apparence est devenue un aspect important du marketing et de la vente. Un aspect très important.

Il existe une différence, il faut le reconnaître, entre un brouillon griffonné au crayon et une calligraphie chinoise faite à l'encre...Je vous l'accorde, quand on écrit un ebook, ce n'est pas pour faire une œuvre d'art. Mais pourquoi ne pas faire quelque chose de soigné et d'esthétique, agréable à l'œil en plus d'être utile ?

Pour affûter votre présentation, je citerai huit éléments qui peuvent améliorer les choses sans trop d'efforts additionnels...

- a. En-tête et pied de page.** Ces deux entités sont présentes sur chaque page, sauf la toute première. L'en-tête est en haut...et le pied de page...en bas. Vous pouvez vous inspirer du présent ebook pour vos propres rapports spéciaux. J'ai l'habitude de mettre le titre de l'ebook dans l'en-tête et l'adresse du site principal en relation avec l'ebook dans le pied de page.

- b. Marges.** Inutile de faire des marges trop importantes pour allonger artificiellement la longueur de votre ebook. Oubliez : c'est une mauvaise idée.
- c. Polices.** Tous les éditeurs de texte gratuits ou payants du marché sont fournis avec une large palette de police. Le texte que vous êtes en train de lire est en police *Verdana*, taille 11,5 et vous trouverez d'autres parties de texte en *Courier New* 11,5. Les plus connues et les plus utilisées des polices sont *Times New Roman*, *Helvetica*, *Arial*, *Courier*, *Tahoma* et *Verdana*. Elles fonctionnent très bien pour le texte d'un ebook, mais rien ne vous interdit d'utiliser d'autres modèles. Vous pouvez même en importer depuis internet vers la plupart des logiciels. Veillez à ce que votre texte demeure bien lisible cependant.

Conseil: Je vous recommande de ne pas dépasser plus de trois polices différentes par document. Voilà une bonne combinaison : une police pour vos titres et sous-titres, une pour le contenu et une dernière pour le texte que vous souhaitez mettre en valeur ou isoler. Vous noterez que ce présent Conseil est effectivement dans une police différente du reste : *Courier New* au lieu de *Verdana*.

- d. Titres.** Quand vous commencez un nouveau chapitre, une nouvelle liste ou un nouveau paragraphe, focalisez l'attention du lecteur en insérant un titre en gras et en police plus grande. Exemple : **Tahoma 18**.
- e. Indentations, cadres.** Les points clés peuvent être séparés du texte habituel en les décalant vers la droite (indentation) ou en les insérant dans des zones spécifiques encadrées. C'est valable pour les exemples, les définitions, les recommandations, les conseils, les avertissements et toute information spéciale qui se détache du reste.
- f. Styles.** Là encore, c'est un bon moyen de mettre en valeur une information importante. Vous pouvez mettre en **gras**, en *italique*, ou souligner un texte important. Simple et efficace.
- g. Couleur, surbrillance.** Il ne faut pas trop abuser des couleurs en ce qui concerne le texte mais lorsque un point particulier mérite l'attention du lecteur, il peut être judicieux de le mettre en **bleu** ou en **rouge**.

Une alternative consiste à mettre votre texte en **surbrillance** mais il ne faut pas abuser sous peine de ne plus voir le texte normal. La surbrillance est plutôt recommandée pour les longues pages de vente sur internet où la plupart des lecteurs ne lisent pas l'intégralité du texte. Pour un ebook où tout est sensé être important, il ne faut pas abuser. Je conseille de

mettre le texte en gras et de choisir la couleur jaune. J'aime bien également le blanc sur **fond bleu**.

h. Graphiques, captures d'écran, illustrations, photographies, schémas. Ma politique dans ce domaine est simple : à ne mettre que lorsque c'est nécessaire.

Exemple: Si vous écrivez un tutoriel sur un logiciel, des copies d'écrans s'imposent pour faciliter la compréhension de l'interface utilisateur.

A faire aujourd'hui : Peaufinez le packaging de votre ebook avec les deux leçons d'hier et d'aujourd'hui.

Jour 11 : Comment définir le prix de votre petit rapport d'information.

Vous avez atteint le tiers de votre guide, félicitations !

Mais il vous reste encore beaucoup de choses à apprendre.

Aujourd'hui : comment trouver le juste prix de votre ebook.

Le prix qui convient

Après avoir écrit/créé/édité plusieurs dizaines de rapports et d'ebooks je ne suis toujours pas en mesure d'affirmer avec certitude qu'il existe une règle ou une formule magique pour en définir le prix.

Si vous cherchez sur le net en particulier dans les forums spécialisés en web-marketing, vous trouverez de nombreuses discussions autour de ce "problème". Aucune n'apporte de solution pleinement satisfaisante ! Alors je me contenterai de vous expliquer comment je fais, au bout de quelques années d'expérience, pour trouver un prix "correct" à mes ebooks.

Selon moi, trois règles simples permettent d'évaluer le montant que vous pouvez demander pour un petit rapport.

Règle n°1: Votre **contenu** est le facteur le plus important pour **déterminer votre prix**. La réponse à "*Combien ça coûte ?*", selon cette règle, est très simple : "*Combien ça vaut ?*"

Réfléchissez : Combien paieriez-VOUS pour vous procurer 10 pages d'information sous la forme d'un ebook ? Tout dépend du contenu ! Si le sujet de votre ebook est "Comment changer la batterie de votre voiture en 15 minutes" et que vous êtes mécanicien automobile...vous n'allez pas dépenser 15 euros pour l'ebook...ni même 1 euro.

Inversement, si votre titre est "Comment gagner à coup sûr à l'Euro-million", la valeur de votre ebook devient inestimable, et son prix sans limite !

La clé est : Le prix dépend de la qualité de l'ebook et surtout de la valeur de son contenu aux yeux du lecteur. Serez-vous à la hauteur des espérances du client ?

Règle n°2: La spécificité de votre contenu par rapport à celui de la concurrence compte aussi. Si votre ebook apporte quelque chose de plus par rapport à ce qui existe déjà sur le marché, vous proposez une grande valeur ajoutée. Cela rend votre rapport vraiment unique (la demande va augmenter)...et justifie un prix plus élevé.

Peu de personne achèteront votre ebook s'il contient des infos déjà lues partout ailleurs. Mais si vous pouvez prouver que vous avez un secret à partager, que vous possédez une stratégie originale, que vous apportez un avantage important sur la concurrence, alors les prospects seront demandeurs...même (et surtout !) si le prix est plus élevé.

Qu'est-ce qui manque vraiment aux offres de vos concurrents (en termes de produits ou de services) ? Focalisez-vous là-dessus...et vos prospects se focaliseront sur votre offre.

Règle n°3: Les attentes de vos clients, leurs habitudes d'achat et les solutions qu'ils recherchent pèsent également dans la balance. Au final, le "juste prix" est entre les mains de vos clients. Trop peu cher, votre ebook perdra de la valeur perçue, trop cher, votre ebook se vendra moins.

De très nombreux facteurs influent sur la décision d'achat de vos prospect, avec entre autres :

- Ce que raisonnablement ils peuvent attendre de votre contenu.
- Le prix moyen "généralement constaté" sur les ebooks similaires de la concurrence.
- La force de la solution proposée dans votre ebook par rapport au problème éprouvé ou au besoin ressenti.

La bonne nouvelle c'est que vous avez une certaine marge de manoeuvre pour influencer tout cela, notamment quand vous rédigez votre page de vente (nous verrons cela plus loin).

De manière générale, en plus des trois règles ci-dessus, vous pouvez suivre les valeurs du tableau ci-dessous pour vous donner une idée.

Nombre de pages du rapport	Prix
7-15 pages	5 euros
16-20 pages	7 euros
20-30 pages	10 euros

Vous allez me dire...ce n'est pas beaucoup. Et je vais vous répondre : combien coûte un vrai livre dans une vraie librairie ? Et aussi : Votre premier petit rapport est un produit d'appel qui doit conduire le client à vous acheter des ebook ou des formations nettement plus conséquentes et nettement plus chères. Donc il faut commencer modestement...pour convaincre le client de la qualité de ce que vous proposez et de votre expérience. C'est seulement ensuite que vous lui proposerez des ebooks de 50 pages ou plus à des prix plus importants.

Votre job du jour : Trouvez le juste prix de votre rapport.

Jour 12 : Comment positionner votre ebook pour atteindre un bon niveau de ventes (partie 1)

POSITIONNER SON OFFRE.

Ce domaine du marketing est en fait très vaste et il dépasse le cadre de cet ebook. Mais il est en conséquence très important et nous allons en explorer la facette la plus visible : le slogan, ou bien ce que les anglo-saxons appellent USP, *unique sales proposition*.

**Définition : Slogan, ou "Unique Sales Proposition"
(Proposition de vente unique)**

Message intentionnel, clair et visible pour vous distinguer de la concurrence et instaurer un statut de compétitivité et d'excellence. Le slogan définit un avantage que vous avez par rapport à ce qui existe déjà. Il montre au prospect le bénéfice majeur qu'il pourra tirer de vos offres et qu'il ne pourra obtenir ailleurs. Votre slogan marque un engagement envers vos clients.

Le slogan est ce qui vous fera choisir l'offre la plus chère lorsque plusieurs marques vous proposent le même objet.

Exemple : vous désirez acheter une automobile neuve et trois marques proposent la catégorie exacte de véhicule que vous recherchez, par exemple une berline familiale. Les modèles sont identiques, les options sont semblables, les fiabilités comparables et les trois modèles vous plaisent. Les prix sont identiques pour les deux premières marques A et B (25000 euros) tandis que la troisième marque C est plus chère : 28000 euros. Mais tandis que A et B ne font rien pour se distinguer, vous connaissez bien le slogan de C qui passe à la télévision : "Avec C, c'est deux ans sans panne ou deux ans de carburant gratuit". Alors évidemment, avec cette garantie...vous choisissez la marque C...et dépensez 3000 euros supplémentaires.

Voilà, vous savez maintenant comment vous démarquer de la concurrence grâce à un simple message ! C'est le pouvoir du slogan, ou USP.

Vous pouvez tirer trois leçons de l'exemple que je viens de donner :

Leçon n°1 : "Vous pouvez vendre plus cher un produit identique à la concurrence" C'est une erreur de penser que vous devez vendre moins cher pour réussir mieux (= avoir un chiffre d'affaire plus grand que les concurrents). Moins cher ne veut pas dire plus de ventes. Au contraire, vendez PLUS CHER et vendez plus. Voici comment faire...

Leçon n°2 : "Pour vendre plus cher, il faut se POSITIONNER en conséquence". Tout dépend de la manière dont vous PRÉSENTEZ votre produit/service. Tout dépend de la manière dont vous PACKAGEZ votre offre. Cela s'appelle le positionnement. Il existe dans le centre historique d'une ville touristique de Camargue (j'y étais en vacances la semaine dernière) une confiserie qui propose des caramels, des sucettes à l'ancienne, des nougats, des pâtisseries provençales (les navettes...) et qui marche du tonnerre. Pourquoi ? Elle ne fait que vendre des bonbons et des biscuits que l'on trouve ailleurs pour beaucoup moins cher. MAIS :

- la boutique a été refaite intégralement à l'ancienne, type début du 20^{ème} siècle, avec une superbe décoration au style et aux couleurs provençales,
- avec des présentoirs de boîtes métalliques décorées que l'on peut choisir et remplir avec les confiseries ou les biscuits de son choix, vendus au poids,
- avec de grands bacs où les produits sont présentés en vrac et en très grande quantité,
- avec des vendeurs qui vous font déguster gratuitement quelques spécialités puis vous prêtent un panier en osier pour que vous puissiez choisir à votre aise.

Ce magasin a décidé de se positionner en proposant une expérience d'achat liée à l'atmosphère "à l'ancienne", à la qualité de l'accueil, et à l'abondance de l'offre. Mais elle ne fait que vendre des bonbons et des pâtisseries...en quantité industrielle ! Cette entreprise a réussi à se distinguer et à écraser toute concurrence.

Leçon n°3 : "Pour dégager de plus grands bénéfices, il est recommandé de se positionner dans une niche ou un domaine spécifique du marché qui vous intéresse". Il est plus facile de se positionner efficacement dans la vente d'un certain type de véhicules (les berlines familiales, par exemple, ou bien encore les gourmandises provençales) que de manière générale pour toutes les automobiles du marché, ou toutes les gourmandises sucrées.

Le secret est là : Vous pouvez VENDRE PLUS et/ou PLUS CHER si vous êtes le premier ou la première à vous positionner (à vous démarquer) dans une niche SPÉCIFIQUE de votre marché.

Bon, vous allez me demander : "C'est bien joli, mais quel est le rapport avec l'ebook que je m'appête à rédiger et à vendre ?"

La réponse dans la leçon suivante !

Jour 13 : Comment positionner votre ebook pour atteindre un bon niveau de ventes (partie 2)

Il y a plusieurs approches pour établir une renommée à travers un slogan et donc un bon positionnement. Nous allons voir les deux points les plus simples pour

développer votre présence et marquer votre originalité vis-à-vis de votre concurrence de manière avantageuse.

1. Focalisez-vous sur un BÉNÉFICE spécifique. Pour faire court : que proposez-vous que les autres ne proposent pas ? Pourquoi votre rapport spécial est-il...spécial ? En quoi est-il exclusif ?

- Est-ce le seul rapport disponible dans sa thématique ?
- Donne-t-il plus d'informations que les autres ?
- Avez-vous donné plus d'explications ou d'exemples ?
- Est-il écrit de manière plus pédagogique ?
- Est-ce un vrai tutoriel avec un mode d'emploi illustré ?
- Y-a-t-il des copies d'écrans utiles pour apprendre plus vite ?
- Révélez-vous des petits secrets ou des astuces méconnues ?
- Présentez-vous une toute nouvelle stratégie ?
- Donnez-vous des résultats concrets ?
- Est-ce une nouvelle solution à un problème connu ?
- Est-ce le plus complet des rapports sur le sujet ?
- L'information est-elle accessible aux débutants ?
- Y-a-t-il des exercices pour s'entraîner et évaluer son niveau ?
- Donnez-vous des feuilles de travail ou un guide étape par étape ?
- Les professionnels y trouveront-ils leur compte ?

En cherchant bien, et avec l'aide de ces questions vous trouverez bien quelque chose d'original que personne d'autre ne propose !

Trouvez-vite LE point qui vous distingue.

2. CIBLEZ vos prospects : trouvez le profil type du client idéal.

Positionnez votre ebook pour un lectorat type, c'est-à-dire une catégorie spécifique de lecteurs potentiellement intéressés par la thématique.

Focalisez-vous non pas sur le contenu de votre ebook mais sur les personnes qui le liront.

Pour reprendre l'exemple des confiseries provençales, le propriétaire du magasin a décidé de cibler les touristes attirés par le charme de la Provence à l'ancienne.

Pour vous aider, vous pouvez cibler vos prospects...

- **Par expérience ou niveau de compétence.** Votre ebook est destiné "aux débutants" ou bien "aux utilisateurs avancés" ou bien "aux professionnels".

Exemple : Si vous écrivez un rapport sur le karaté, il peut être ciblé pour le débutant total ou bien pour le niveau ceinture noire.

- **Par distinction.** Il suffit d'utiliser un certain adjectif qui qualifie un groupe de personnes en fonction de critères donnés.

Exemple n°1 : Si vous focalisez votre ebook sur les associations, vous pouvez spécifier un auditoire spécialiste des associations caritatives ou au contraire non caritatives.

Exemple n°2 : Si votre ebook porte sur le travail à domicile, vous pouvez cibler uniquement les auto-entrepreneurs. A l'inverse, si vous focalisez votre ebook sur le statut des auto-entrepreneurs, vous pouvez cibler uniquement les gens qui veulent travailler à domicile.

L'idée est de trouver un groupe distinctif qui sera intéressé par l'information que vous présentez dans votre rapport. Ce sera une excellente manière de vous distinguer de la concurrence qui visera une population de "masse" avec beaucoup moins d'efficacité.

Votre job du jour : Trouvez LE facteur qui vous permettra de vous positionner de manière originale par rapport à la concurrence. Devenez ainsi le maître du marché qui vous intéresse !

Jour 14 : Comment écrire une page de vente convaincante (partie 1)

Une fois que votre ebook est écrit, mis en page et que votre offre est positionnée, il devient temps de vous occuper du processus de vente. Voyons aujourd'hui un élément crucial : la page de vente. Trois parties seront abordées; commençons...par la première !

1. Le pré-titre. C'est le premier élément de votre page de vente, le premier texte écrit, les premiers mots introductifs. Son objectif est multiple :

- ✓ Engager l'attention du lecteur
- ✓ Introduire une idée clé
- ✓ Poser le style de votre argumentaire

Il n'y a pas de règle stricte concernant la longueur de ce premier message, vous pouvez mettre un seul mot (Attention ! Stop ! Méfiance ! Danger ! Important !) ou un petit paragraphe.

Exemples :

- (Ciblez un groupe spécifique)
"Attention nouveaux parents..."
- (Abordez une nouvelle solution à un problème)
"Une découverte change radicalement le problème des allergies..."
- (Mentionnez une source crédible)
"Un nouveau décret préfectoral change la donne..."

(Faites une annonce choc)

"Aucun espoir de progrès social si vous ne connaissez pas les bonnes personnes..."

2. Le titre principal. Insérez-le au centre, juste après votre pré-titre. Il doit être dans une police plus grande, plus épaisse, et peut contenir certains mots surlignés dans différentes couleurs afin de leur donner de l'importance.

C'est la plus grande arme de votre page publicitaire et elle doit être utilisée pour mettre en valeur vos plus grands avantages aux yeux du lecteur.

- Quelle est la seule "meilleure raison" pour laquelle un prospect devrait acheter votre rapport spécial ?
- Quel est le résultat attendu le plus souhaitable pour le lecteur achetant votre rapport ?
- Qu'est-ce qui, au-dessus de tout le reste, constitue le plus grand bénéfice de l'achat de votre rapport ?

Cela représente votre chance de rapidement résumer votre lettre publicitaire en une seule phrase accrocheuse qui est dans un premier temps la seule qui soit garantie d'être lue par le visiteur de votre site.

Sortez l'artillerie lourde !

Il existe beaucoup de modèles, mises en page et titres "types" qui ont été utilisés à plusieurs reprises au cours des années et qui se sont avérés être très efficaces pour encourager les commandes.

Il m'est impossible de tous les passer en revue, mais ce que je veux partager avec vous est un de mes modèles favoris qui a vraiment généré d'excellents résultats pour moi - et mes clients - chaque fois que nous l'avons utilisé.

Je l'appelle le modèle "Si Vous Pouvez, Alors Vous Pouvez".

L'idée est de créer une qualification simple et raisonnable à laquelle le lecteur doit répondre (c'est la partie "si vous pouvez") afin d'en tirer un résultat extraordinaire (c'est la partie "alors vous pouvez") de grand intérêt pour eux.

Voici un exemple :

"SI VOUS POUVEZ ÉCRIRE DES TEXTES DE 8 à 20 PAGES, ALORS VOUS POUVEZ GAGNER VOTRE VIE EN LIGNE EN TRAVAILLANT QUELQUES HEURES CHAQUE SEMAINE TRANQUILLEMENT CHEZ VOUS! "

Comme avec n'importe quel type de publicité ou de texte publicitaire, il y a des choses simples que vous devez respecter au cours de la création de votre titre...

- Faites preuve de Précision. Plus vous êtes précis, mieux c'est. Non seulement votre communiqué semble plus crédible avec des détails, mais dans bien des cas, il peut paraître plus accessible. Ce n'est pas seulement "rédiger des textes", c'est "rédiger des textes de 8 à 20 pages".
- Utilisez des Périodes temporelles. Une des choses que la plupart des gens veulent, c'est un "calendrier". Combien de temps cela prendra ? Quand puis-je espérer obtenir des résultats ? Ce n'est pas seulement "Gagner sa vie en ligne en travaillant depuis chez soi", c'est "Gagner sa vie en ligne en travaillant SEULEMENT QUELQUES HEURES par semaine..."
- Utilisez des Images. Sauf s'ils préfèrent la difficulté en empruntant le chemin le moins fréquenté, la plupart des gens veulent la meilleure route vers la destination de leur choix. Utilisez des métaphores pour décrire le résultat final le plus souhaitable au lecteur. Ce n'est pas seulement "Travailler à domicile", c'est "travailler ... tranquillement chez vous".

Votre titre doit donc transmettre beaucoup d'information. Il donne le ton de votre message de vente dans son ensemble, en prenant un certain temps de développement basé sur des détails précis, des durées ou des périodes, des images et des métaphores. En faisant simplement quelques substitutions appropriées dans le modèle global "Si Vous Pouvez, Alors Vous Pouvez", vous serez en mesure de trouver un début accrocheur à votre mini lettre publicitaire.

Ce qui m'amène à la prochaine partie ...

3. Le post-titre. Similaire au pré-titre en raison de son objectif de liaison. Cette fois, il fait le lien entre le titre et le paragraphe d'ouverture de votre texte. Encore une fois, il existe un grand nombre de possibilités et chacun est capable d'apporter sa touche personnelle. Je ne suis pas un auteur de classe internationale mais je suis quand même capable d'être productif en termes de rédaction convaincante...alors vous y arriverez vous aussi. Il existe un certain nombre de choses que je tiens à mentionner parce qu'elles s'avèrent efficaces, et c'est bien tout ce que l'on recherche.

- Communiquez sur ce qui est important. En d'autres termes, développez brièvement ce que vous avez dit dans le titre - mais mettez l'accent sur quelque chose qui le rendra encore plus FACILE, PLUS RAPIDE ou PLUS RÉMUNÉRATEUR que ce que vous avez déjà dit. Un exemple vaut mieux qu'un trop long discours :

"Jouez Au Golf, Passez Du Temps Avec Votre Famille Ou Détendez Vous Pendant Votre Temps Libre Supplémentaire Tandis Que Les Commandes Arrivent Automatiquement !"

- J'ai ici choisi de mettre l'accent sur le "résultat final" que le lecteur peut éprouver et ressentir en suivant mes instructions. Je parle donc de bénéfices et d'avantages émotionnels, de confort, de plaisir plus que d'éléments rationnels ou quantifiés. Mais j'aurais également pu souligner la façon dont les choses sont rendues plus faciles, comme...

"Je Vais Même Vous Montrer Comment Faire Pour Que D'autres Personnes Rédigent Les Rapports Pour Vous!"

Ou, j'aurais pu choisir de me concentrer sur "l'accélération" d'un processus...

"Nouveau : Mon Chapitre Bonus Vous Montre Comment Obtenir Votre Première Vente Dès Demain Après-midi !"

L'objectif est le même à tous les égards : le post-titre est utilisé pour mettre l'accent sur un aspect plus facile, plus rapide ou plus gratifiant de ce que je suis sur le point de partager avec le lecteur dans la suite du texte.

- Mention d'un délai ou d'une limite. Une autre bonne utilisation de votre post-titre est de commencer à créer un sentiment d'urgence en soulignant une sorte de délai ou de limite que vous imposez. Voici quelques exemples ...

"Faites vite : seulement 50 exemplaires disponibles !"

"La remise de 30% se termine le 12 octobre à minuit !"

"Il reste seulement 24 16 copies Avant La Rupture de Stock !"

Évidemment, vous donnez des précisions détaillées sur cette date limite vers la fin de votre lettre publicitaire, mais c'est un endroit idéal pour introduire un certain sentiment d'urgence (authentique !) dont le lecteur doit s'imprégner.

Une fois que le post-titre est en place, vous êtes prêt à plonger dans le corps principal de votre argumentation publicitaire, en commençant par votre paragraphe d'ouverture qui comprend...quelque chose que nous verrons dans la leçon suivante.

Votre objectif du jour : Trouvez au moins une douzaine de pré-titres, titres principaux et post-titres.

Jour 15: Comment écrire une page de vente convaincante (partie 2)

4) Le problème. Pratiquement toutes les bonnes lettres publicitaires commencent - sous une forme ou une autre - par l'introduction d'un problème.

- Vous n'obtenez pas suffisamment de trafic pour votre site.
- Votre liste n'est pas assez importante.
- Vous n'avez toujours pas perdu ces 10 derniers kilos.
- Votre conjointe veut divorcer.
- Vous n'arrivez pas à gérer votre temps.
- Vous n'êtes pas aussi bon au tennis que vous aimeriez.
- Vous souhaitez avoir la flexibilité de travailler à domicile.
- Vous pourriez être plus heureux si une seule chose changeait.

Graves ou insignifiants, positifs ou négatifs, réels ou imaginaires, les problèmes sont la force motrice derrière la plupart des décisions que nous prenons. Nous

voulons les éviter, les corriger, les minimiser ou les compenser, mais ne vous y trompez pas, ils ont une grande influence dans nos vies.

Nous serions plus heureux sans problèmes, telle est la manière dont nous pensons. Nous aimerions au moins essayer de faire un essai. Et si nous ne pouvons pas éliminer complètement nos problèmes, il serait vraiment bien d'avoir quelque chose de vraiment merveilleux qui se passe dans nos vies et qui pourrait les diminuer ou les occulter. Nous avons tous des choses que nous aimerions améliorer. Des choses que nous aimerions voir changer dans une certaine mesure. Des choses que nous aimerions mieux faire.

Ainsi, l'une des **meilleures façons** pour commencer votre page de vente est de poser le fait qu'il y a un problème à affronter. L'une des manières de faire est de raconter une sorte d'histoire qui vous permette de vous identifier au lecteur et au problème qu'il rencontre.

Voici un exemple : ouverture d'une page de vente pour un cours "**Comment gagner de l'argent sur internet en écrivant des petits textes...**"

Vous l'avez probablement compris maintenant : "certaines" personnes semblent récupérer tout l'argent du marché grâce à des partenariats dans lesquels elles font la promotion de leurs produits respectifs.

Il y a des chances que vous ne soyez pas dans leur club, pas vrai ?

C'est vous qui êtes occupé à la promotion de leur programme d'affiliation et non l'inverse. Vous êtes occupé à acheter leur dernière offre alors qu'ils n'ont pas dépensé un sou avec vous. Vous travaillez encore + de 40 heures par semaine dans un "vrai emploi" pendant qu'ils se prélassent à côté de leur piscine - et ils dépensent votre argent durement gagné pour payer leur système de filtration d'eau !

Je sais très bien qu'il est frustrant d'être à l'extérieur du cercle tout en regardant à l'intérieur, sans pouvoir rien faire. Je vous comprends car je suis passé par là moi aussi.

Mais, que se passerait-il si tout cela pouvait changer pour vous?

Voyez comment le problème a été présenté ici : je me suis identifié au lecteur, j'ai compati à son problème, j'ai donc créé un lien, aussi ténu soit-il. C'est ensuite que je fais allusion à la possibilité de faire un changement positif pour lui. Je laisse

entrevoir la possibilité d'une solution. C'est une transition facile pour passer à la prochaine partie de la lettre publicitaire...

5) La solution. Maintenant que vous avez créé un problème, il est temps de partager la solution - à savoir, ce que VOUS avez à offrir dans votre propre ebook.

C'est ici que vous lancez la "proposition de vente unique", le slogan, dont nous avons parlé plus tôt.

***"Vous savez comment d'autres _____,
Voici ce que je fais de différent ..."***

Sans être arrogant ou orgueilleux, il est temps de **parler de vous** : vos expériences, vos connaissances, votre arme secrète, votre manière spéciale de faire les choses. Dites ce qui vous distingue de la concurrence.

- Expliquez ce que vous avez à offrir dans votre petit rapport et qui aidera le lecteur à résoudre les problèmes auquel il est confronté.
- Racontez une histoire pour expliquer COMMENT vous avez trouvé ce que vous allez partager dans votre rapport spécial.
- Faites preuve d'empathie avec le lecteur - vous avez été là où il est; expliquez comment les choses ont changé depuis que vous avez fait la découverte de "ce qui fonctionne".
- Soulignez ce qui vous rend différent de ceux qui pourraient offrir des produits similaires.
- Reportez-vous à des conseils, stratégies, pratiques, etc... que vous révélez dans votre rapport spécial (sans jamais révéler exactement DE QUOI il s'agit, bien sûr, car vous devez entretenir l'envie d'acheter).
- Mentionnez des résultats spécifiques que vous avez obtenus en utilisant les informations contenues dans votre rapport spécial.

Et ne faites pas seulement des revendications, prouvez-les, ce qui nous amène à la partie 6, qui est votre "preuve"...

6) La preuve. Tout le monde peut faire des allégations sur ce qu'il a fait ou sur ce qu'il sait, mais qui peut en apporter la preuve irréfutable ? Et comment mettre du poids dans ces revendications ?

Les gens sont, en général, sceptiques de nature. Surtout ceux qui ont roulé leur bosse et qui se sont fait avoir par le passé. Si vous voulez combler l'écart entre leur portefeuille et votre bouton de commande, vous devez établir une confiance absolue.

Et la meilleure façon d'établir la confiance est de prouver que ce que vous dites est vrai.

Il y a trois choses simples que vous pouvez faire pour valider vos allégations en fournissant une forme de preuve que je vous présente maintenant...

- 1. FOURNIR un témoignage.** C'est une chose quand VOUS donnez les informations contenues dans vos rapports. C'en est une autre lorsque quelqu'un d'autre affirme qu'il a doublé ou dépassé ses résultats en testant l'information. Un témoignage de quelqu'un qui a lu, vu et utilisé les résultats de votre rapport spécial représente une voix de crédibilité qui parle en votre nom. Un ou deux témoignages devraient être suffisants.
- 2. Donner des preuves visuelles.** Quel programme de régime semble plus légitime que celui avec une photo "avant et après" de quelqu'un qui a perdu du poids ? Lorsque vous pouvez fournir des captures d'écran, photos ou autres preuves visuelles appuyant vos affirmations, cela peut abattre le mur de réticence qui vous sépare de votre client potentiel.
- 3. POSER un défi.** Si possible, amenez le lecteur à faire quelque chose de lui-même pour tester la validité de vos propos. Lorsque je vendais un cours sur le marketing viral, j'encourageais les gens à aller sur Google et à faire une recherche sur le titre de l'ebook pour prouver que je savais comment écrire et diffuser des e-books gratuits visibles sur des dizaines de sites web. Cela n'est pas toujours possible, mais si ça l'est, poser un défi au lecteur pour qu'il fasse quelque chose afin de vous tester est une option intéressante.

Lorsque vous avez placé votre "preuve", il est temps de préciser ce qui est inclus dans votre rapport spécial ... la suite dans la leçon suivante.

Votre job du jour : Continuez à travailler sur votre page de vente en vous inspirant de ce que vous avez appris aujourd'hui.

Jour 16 : Comment écrire une page de vente convaincante (partie 3)

7. Liste de points et de bénéfices. Utiliser une liste des bénéfices attendus et de tous les avantages liés à votre offre est indispensable. Attention, il ne faut pas lister les caractéristiques de votre produit/service, mais bel et bien les bénéfices directs que peut en tirer le lecteur pour résoudre le problème que vous avez soulevé au début de votre argumentaire.

Vous avez vu ce type de liste dans à peu près toutes les pages de vente et lettres publicitaires, tant sur internet qu'à la télé ou sur les prospectus distribués dans votre boîte aux lettres. Voici d'ailleurs la capture d'écran de l'une de mes propres listes :

- ✓ **Découvrez les différences entre le marketing et la vente.** Une solide stratégie marketing rend la vente beaucoup plus évidente.
- ✓ **Certains facteurs limitent votre réussite.** Découvrez-les avant qu'il ne soit trop tard et transformez les en atouts.
- ✓ **Apprenez toutes les techniques psychologiques qui vous aideront à convaincre vos prospects.**
- ✓ Positionnez votre idée, votre produit et votre entreprise de manière à **devenir l'expert dans votre domaine**, celui qui écrase définitivement la concurrence. Et ceci en très peu de temps, même si vous êtes inconnu(e).
- ✓ **Trouvez un slogan** qui capte d'emblée l'attention et instaure immédiatement la confiance.
- ✓ **Éliminez définitivement et avant même qu'ils ne les formulent toutes les résistances à l'achat de vos prospects.**
- ✓ Apprenez à communiquer sur le ton qu'il faut pour capter l'attention, maintenir l'intérêt, générer l'envie et pousser à l'achat. **Des règles existent, utilisez-les ou vous ne réussirez pas.**
- ✓ Apprenez à optimiser vos atouts pour **maximiser chaque aspect de votre stratégie commerciale**, et décupler vos ventes.
- ✓ **Apprenez à connaître vos prospects et surtout les problèmes qu'ils éprouvent...**
- ✓ **...pour présenter votre offre** comme la seule réponse possible. **Créez le**

... au fait, voici trois petites choses que je veux mentionner au sujet de ces "points"
...

- **Soulignez bien les avantages et les bénéfices, pas les caractéristiques.** Pour illustrer ce que cela veut dire, prenons le cas d'une tondeuse à gazon. En fait personne ne se soucie de sa tondeuse...mais plutôt de sa pelouse. Si vous avez une pelouse vous savez de quoi je parle : le problème c'est quand le printemps arrive...il faut tondre tous les quinze jours. Alors qu'est-ce qui est important ? Voici une liste de caractéristiques d'un modèle imaginaire de tondeuse : largeur de coupe 75 cm, auto-tractée, vitesse 8 km/h, grand bac de réception, hauteur réglable de 3 à 10 cm. Bof...Voici ce qu'il faudrait dire à propos des bénéfices :

"Doublez vos week-ends de farniente en découvrant comment tondre tous les mois au lieu de tous les quinze jours..."

"Supprimez définitivement les tas d'herbe coupée dans votre jardin !"

"Oubliez le mal de dos et de genoux grâce à une maniabilité unique : plus besoin de faire les finitions à la main !"

Vous voyez ainsi ce qu'est un bénéfice par rapport à une caractéristique : un bénéfice est tout simplement la RAISON pour laquelle le lecteur devrait se préoccuper des caractéristiques.

- **Insistez sur les détails, pas les généralités.** Ce n'est pas "des façons utiles de... ", mais "11 façons utiles de... ". Ce n'est pas "perdre du poids", mais "perdre 7 kilos en 2 semaines". Plus vous serez précis, mieux ce sera. A ce titre une technique qui apporte de la crédibilité à vos points listés, consiste à lister en plus un numéro de page spécifique dans laquelle l'information peut-être trouvée dans votre rapport spécial.

Exemple :

"Apprenez à communiquer sur le ton qu'il faut pour capter l'attention : des règles existent. Utilisez-les où vous ne réussirez pas (voir page 43)."

- **Insistez sur les infos majeures, pas mineures.** A mon avis il ne faut pas dépasser une dizaine de points dans une liste quand on rédige une page de vente pour un ebook. Vous voulez souligner les avantages les plus souhaitables pour le lecteur... les aides "principales" qui contribuent à

résoudre le problème. Par exemple : un point pourrait se concentrer sur la "rapidité" des résultats à venir, tandis qu'un autre pourrait se concentrer sur la "facilité" des résultats à venir, tandis qu'un autre pourrait se concentrer sur l'"exclusivité" de votre méthode etc...

Vous vous souvenez probablement de l'un de mes conseils de rédaction, un peu plus tôt dans cet ebook : faites une liste de bénéfices au fur et à mesure que vous rédigez votre texte. Il est temps de ressortir cette liste, c'est ici qu'elle vous sert !

Après avoir mis en place votre liste de 5 à 10 points, arrive le temps de la prochaine "partie" de votre page de vente, qui est l'...

8. Attraction, et le désir. C'est votre incitation à passer à l'action. Vous avez capté l'intérêt et généré l'envie, il faut que le lecteur passe commande. Vous connaissez sûrement le refrain de toute publicité commerciale telle qu'on les voit et entend dans les émissions de télé-achat :

Les Opérateurs sont prêts à vous aider... passez votre commande
MAINTENANT !

Ne tardez pas. Les quantités sont limitées. Les 10 prochains appelants obtiendront 50% de réduction et une livraison gratuite.

Bien que je ne croie pas en l'utilisation systématique de trucs psychologiques pour capturer les émotions des lecteurs afin de les pousser à l'achat, il est quand même important que vous les orientiez vers une prise de décision. Il est important que vous leur demandiez de profiter de votre offre et de passer commande. Vous êtes vendeur ou vendeuse, le prospect est un client potentiel : il faut assumer tout cela.

Maintenant, chaque bon rédacteur vous le dira : Tout est une question de création d'urgence. Vous ne souhaitez pas qu'ils tardent dans la décision d'acheter... ils pourraient ne jamais revenir sur votre page de vente.

Vous disposez de leur attention DÈS MAINTENANT et vous voulez qu'ils prennent leur décision DÈS MAINTENANT.

La meilleure façon de les amener à le faire est d'imposer une sorte de délai ou de limite qui rend nécessaire la commande immédiate afin de profiter d'un prix spécial, d'un avantage supplémentaire ou d'une disponibilité. Nous en avons déjà parlé car c'est important et voici d'ailleurs une liste (encore !) des techniques utilisables avec succès :

- **Prix Spécial.** En offrant un rabais à tous ceux qui achètent dans une période de temps spécifique (ou à un certain nombre de personnes qui commandent... ex : les 100 premiers), vous pouvez créer un sentiment

d'urgence. Cela fonctionne surtout pour les produits/services plutôt onéreux, mais cela marche *aussi* pour un ebook à 20 euros. Payer 15 euros au lieu de 20, c'est toujours bon à prendre pour l'acheteur.

- **Avantage Supplémentaire.** Vous pourriez envisager d'offrir un bonus supplémentaire pour ceux qui commandent dans un délai spécifique ou pour un nombre spécifique de commandes. C'est très efficace.

Par exemple: Si votre rapport spécial traite de "la création d'une mini lettre publicitaire", vous pourriez préciser, "Les 100 premières personnes qui commandent recevront en plus une lettre de vente toute faite et personnalisable au format HTML..."

- **Disponibilité.** Une autre option consiste à supprimer le rapport spécial de la circulation après une date déterminée ou après un nombre déterminé d'unités vendues. Je n'aime pas trop cette option pour des raisons évidentes : je voudrais vendre autant d'exemplaires que je peux ! Mais vous pouvez retirer le rapport pendant plusieurs mois, puis le remettre en vente plus tard - ou vous y ajoutez même de plus amples renseignements et le convertissez en un produit plus grand. Ou, une autre idée est de ne plus le mettre à disposition depuis votre site web mais de l'offrir seulement à la fin d'un deuxième rapport que vous créez plus tard, ou en tant que bonus pour un rapport ultérieur.

Note: Une limite en nombre ou en durée n'est pas forcément adaptée à un petit rapport spécial destiné à capter des prospects/clients sur le long terme. Alors ne passez pas trop de temps sur cette étape...et privilégiez la suivante, la...

9. Promesse. En d'autres termes, votre *garantie*. L'inversion des risques est le moyen ultime pour éliminer les obstacles qui subsistent entre vous et votre client potentiel. Faites bien comprendre qu'ILS n'ont "rien à perdre". S'ils sont insatisfaits pour une raison quelconque, vous rembourserez leur achat sans soucis.

Note: Il est important d'inclure des "termes" relatifs à votre garantie. Par exemple : Combien de temps dispose le client pour obtenir un remboursement si il choisit de le réclamer ? Dans de nombreux cas, la loi impose un délai minimum de 7 jours. Proposez toujours plus et dites-le explicitement.

Ce qui est important est de communiquer aux visiteurs de votre site que vous vous engagez pour leur satisfaction absolue. En fin de compte, ils ne paient que pour ce qu'ils sont heureux acheter. Donnez-leur ce plaisir sans aucune contrainte.

Encore une fois, jetez un rapide coup d'œil à l'une de mes propres garanties :

Ma Garantie De Résultats Sans Condition

**Définissez et dépassez vos objectifs,
apprenez à vendre, exploitez internet et
gagnez plus d'argent.**

Ou vous ne payez rien.

Je vous propose la meilleure garantie qui soit.

Achetez mon programme maintenant et découvrez toutes les techniques, tous les outils et toutes les stratégies marketing qui vous permettront de réussir vraiment.

Le message est clair : il y a garantie de remboursement si aucun résultat n'est obtenu.

Votre activité du jour : Continuez à travailler sur votre page de vente.

Nous verrons les deux points restants dans la leçon de demain.

Jour 17 : Comment écrire une page de vente convaincante (partie 4)

10. Processus d'achat. Enfin, vous êtes prêt à prendre les commandes et engranger du chiffre d'affaire ! (Félicitations, soit dit en passant ! 😊) Vous souhaitez quand même inclure trois choses simples dans le processus de commande...

- a. Instructions de dernière minute.** Faites-leur savoir comment la commande sera exécutée (ex : "téléchargement instantané" ou "expédition dans les 24 heures", etc...). Mentionnez les bonus qu'ils recevront. S'il y a des instructions spéciales (ex : Enregistrez-vous pour des mises à jour gratuites sur la page de téléchargement, etc...), mentionnez-les également.

- b. Liens.** C'est votre lien de commande(s). J'ai l'habitude d'avoir un lien comme "Cliquez ici pour commander maintenant" ou "Obtenez un accès instantané en cliquant ici" ou quelque chose de similaire. De toute évidence, le lien réel a besoin de mener à un processeur de commande pour accepter un paiement en votre nom. Ce lien sera fourni par n'importe quel processeur que vous utilisez pour traiter vos commandes, comme PAYPAL ou celui fourni par votre banque.

- c. Légalités.** Toujours inclure les mentions légales appropriées pour vous protéger et pour justifier votre activité. Cela renforcera le sentiment de confiance.

Pour résumer, voici à quoi ressemble mon propre "processus de commande" sur l'une de mes pages de vente :

AUTO-ENTREPRENEUR EFFICACE
Programme complet : vente, marketing,
web-marketing.

OUI, je veux découvrir **sans risque** le programme AUTO-ENTREPRENEUR EFFICACE dès maintenant et **mettre toutes les chances de mon côté pour réussir mon projet d'entreprise.**

Je comprends que ce programme complet et accessible est
➔ destiné à **m'accompagner irrésistiblement vers la réussite durable.**

Je comprends que j'aurai accès à **plus de 250 pages** de
➔ formation poussée à la vente, au marketing, au web-marketing et à internet.

Je comprends que l'accès est immédiat et que je bénéficie d'une
➔ **GARANTIE TOTALE ET SANS CONDITION** de 30 jours

J'obtiens en bonus **la trilogie "L'argent est dans la liste", 140 pages sur l'email marketing, valeur 32,90 euros.**

Je deviens EFFICACE maintenant >>



Paiement 100% sécurisé (PAYPAL)

[Mentions légales](#)

Et cela nous amène à la partie finale de votre page de vente.

11. Le post-scriptum. Un "Post-scriptum" devrait se trouver immédiatement au-dessous de votre nom en bas de votre page de vente. Vous connaissez le refrain : P.S.: Blah, blah, blah.

Pourquoi inclure un P.S.?

Parce que les gens VONT le lire. Parfois, ils vont même sauter jusqu'au bas de la page et le **lire en premier** (en fait les prospects vont souvent aller en bas de page juste pour découvrir le prix de votre produit, avant même de connaître le détail ou la nature de votre produit lui-même. A cette occasion, vous pouvez être certain que le message du P.S. est lu également. Mais peu importe l'ordre dans lequel vos lecteurs y arrivent, *ils y arriveront* et le liront).

Donc, puisque vous disposez de leur attention à ce stade, il est important que vous en profitiez au maximum.

Trois moyens efficaces pour finir en toute efficacité un processus de vente est d'utiliser votre post-scriptum pour *récapituler, rappeler ou renforcer votre message le plus important ...*

1. **RECAPITULEZ l'offre.** Il s'agit, en UNE phrase, de donner un bref aperçu de ce que le lecteur recevra quand il passera sa commande. (Ex : "P.S. Ce n'est pas sorcier : vous aurez 3 ans de recherche d'enseignement à domicile résumé en 12 pages de contenu clair et détaillé, dans un format étape par étape pour seulement 10 euros.")
2. **RAPPELEZ un avantage clé.** Prenez la peine de souligner une fois de plus un résultat souhaitable que le lecteur peut éprouver en achetant. (Ex : "P.S. N'oubliez pas, en moins de 24 heures, vous pouvez recevoir votre première commande... n'est-ce pas tout ce qui compte pour vous ?")
3. **RENFORCEZ le passage à l'action.** Avez-vous imposé une date limite ? Avez-vous mentionné un avantage supplémentaire ? Avez-vous posé un défi ? Utilisez votre post-scriptum pour renforcer certains éléments de votre incitation à l'action. (Ex : "P.S. Malheureusement, quand les 17 autres exemplaires seront vendus, cette offre ne sera pas reconduite. Commandez dès maintenant.")

Voilà, vous venez de suivre un cours accéléré de rédaction de page de vente ! En vous basant sur ces 11 "parties" de votre mini lettre publicitaire, vous devriez avoir du contenu rapidement en place pour convaincre les visiteurs d'acheter votre rapport spécial.

Votre activité du jour : Peaufinez et terminez votre page de vente.

Jour 18 : Comment mettre en place un site internet (partie 1)

Votre ebook et sa page de vente html sont prêts. Il est temps de mettre le tout en ligne.

J'utilise l'acronyme **I.T.I.C.A.** (qui ne veut strictement rien dire...) pour expliquer les cinq étapes nécessaires à la mise en place de votre site sur internet.

- I - INVENTER un nom de domaine.
- T - TROUVER un hébergeur de site.
- I - INSTALLER le processus de commande/livraison.
- C - CHARGER vos fichiers.
- A - ATTENDRE votre première commande.

Il nous faudra trois jours pour aborder tout cela. Au boulot !

1. INVENTER un nom de domaine. Le processus global de mise en place d'un site commence par le choix d'un nom de domaine. Le prix de l'enregistrement d'un nom de domaine est de quelques euros par année, suivant le suffixe que vous choisissez : .com, .fr, .net etc..

Ne choisissez pas votre nom de domaine au hasard. Il y a quelques précautions à prendre afin de mettre tous les atouts de votre côté, notamment en ce qui concerne le référencement de votre site.

- ✓ **Choisissez un nom facile à retenir** et aussi court que possible. Il n'est pas nécessaire d'insérer de tirets entre les mots. Evitez les accents et les chiffres.

Exemple: monjardinfacile.fr

- ✓ **Choisissez si possible des mots-clés évidents.** C'est important pour le référencement de votre site par les moteurs de recherche.

Exemple: Vous serez mieux positionné dans les résultats de recherche "apprendre la guitare" (avec Google par exemple) si votre site s'appelle apprendrelaguitare.fr que si votre site s'appelle "methodedemusique.fr" !

- ✓ **Choisissez un nom de domaine en relation étroite avec le thème de votre ebook.** Si votre ebook explique comment faire une pizza, choisissez plutôt "mapizzafacile.com" que "cuisineitalienne.com".

Comment faire pour si savoir si un nom de domaine est disponible et comment l'acheter ? Il y a plein de sites qui permettent de le faire en même temps que la souscription à un service d'hébergement. Quitte à faire de la publicité, je n'en ferai que pour une seule entreprise, celle que j'utilise le plus souvent. Lire pour cela le paragraphe suivant.

2. TROUVER un hébergeur de site. Voyez cela comme un "endroit" sur internet où vous pouvez stocker vos fichiers html et rendre ainsi votre site visible sur toute la planète depuis un navigateur web. Tout site internet est hébergé sur un "serveur", une sorte de gigantesque disque dur, un peu comme sur votre ordinateur. C'est une simplification rapide mais cela permet à tout le monde de comprendre.

Voici quelques fonctionnalités que votre hébergeur doit vous proposer :

- ✓ De l'espace disque.
- ✓ La possibilité de protéger vos dossiers.
- ✓ Un bon service après-vente.
- ✓ Un gestionnaire de fichier (chargement, téléchargement).
- ✓ Une interface graphique simple à utiliser.
- ✓ Un compte email.
- ✓ La possibilité d'utiliser PHP et les bases de données SQL.

Comme je vous le disais, il existe une multitude de fournisseurs de tels services. J'utilise pour ma part 1&1 que vous pourrez [trouver ici](#).

Choisissez l'option la moins chère à 3 ou 4 euros par mois, nom de domaine inclus.

Votre activité du jour : Trouvez un bon nom de domaine et un site où héberger votre page de vente.

Jour 19 : Comment mettre en place un site internet (partie 2)

3. INSTALLER le processus de commande/livraison. Vous allez devoir gérer des transactions sur internet. Cela peut faire peur...alors qu'il n'y a pas de quoi. Le moyen le plus simple et le plus rapide est de s'inscrire à PAYPAL et de générer des boutons d'achat qui sécuriseront toutes vos futures transactions. L'argent issu de vos ventes (moins les frais) arrivera directement sur votre compte PAYPAL et vous pourrez le transférer sur votre propre compte bancaire sans difficulté.

PAYPAL propose des outils et des tutoriels qui vous aideront à générer vos boutons d'achat et à les insérer (sous forme d'un code html) dans votre page de vente.

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

Avant d'en arriver là il faut vous assurer d'avoir votre page de vente, bien rédigée et enregistrée au format html. Si vous ne le savez pas encore, sachez que la page

d'accueil d'un site doit être enregistrée sous le nom "index.html". Dans la majorité des cas simples, la page de vente EST la page d'accueil du site.

Note : je ne suis pas prof d'html. Je ne suis même pas un spécialiste de ce "langage" informatique. J'utilise Dreamweaver pour faire mes sites, mais un logiciel gratuit comme Kompozer (une recherche sur Google vous permettra de le trouver rapidement) fait très bien l'affaire. Quoi qu'il en soit, je vous recommande TRÈS VIVEMENT d'apprendre les bases du html AVANT de vous lancer. Ce n'est pas difficile et il y a d'excellents sites sur le web qui suffisent amplement pour apprendre. Vous pouvez aussi vous procurer un ou deux livres sur le sujet. Ce que vous devez savoir c'est que (1) c'est beaucoup plus simple que vous ne l'imaginez, et (2) cela vous rendra service.

Pour en revenir à nos moutons :

- ➔ **Créez votre page de vente.** Normalement c'est déjà fait !
- ➔ **Créez votre page de remerciements (encore appelée page de téléchargement).** Il s'agit d'une autre page html vers laquelle vos clients sont redirigés après avoir effectué leur transaction PAYPAL. C'est dans cette page que vous remerciez votre client et que vous lui donnez toutes les instructions pour télécharger votre ebook, y compris évidemment le lien de téléchargement.

Votre activité d'aujourd'hui : Inscrivez-vous à PAYPAL, et découvrez les diverses fonctionnalités y compris et surtout le bouton d'achat.

Jour 20 : Comment mettre en place un site internet (partie 3)

Finissons avec les 2 dernières étapes du **système I.T.I.C.A.**

4. CHARGEZ vos fichiers. "Charger des fichiers" est le processus qui vise à transférer les fichiers html (et les images si vous en avez) de votre site internet de votre disque dur vers l'espace que votre hébergeur vous a dédié sur son serveur. De manière générale, il y a deux manières de procéder.

Option n°1: Logiciel. Il existe de nombreux petits logiciels "FTP" disponibles gratuitement sur le net et qui vous seront très utiles pour tout un tas de choses, la plus importante étant bien sûr le transfert de fichiers. Celui que j'utilise actuellement est FileZilla que vous trouverez ici :

<http://www.filezilla-project.org/>

Il existe une version française et tout est bien expliqué pour le faire fonctionner. Le plus "difficile" est de trouver les identifiants et l'adresse de votre serveur FTP. Ces informations sont en général très facilement accessibles depuis votre compte utilisateur chez votre hébergeur. Ensuite, l'essentiel de l'interface graphique est constitué de deux fenêtres, l'une pour votre disque dur local, l'autre pour le disque hébergeur distant, et vous pouvez très simplement faire des transferts entre les deux par des simples clics. Bien entendu...il faut une connexion internet active pour que cela fonctionne !

Note: Je vous ai recommandé filezilla, mais il y en a beaucoup d'autres, comme ftp995. A vous de tester et de choisir ! Mais si vous souhaitez gagner du temps, choisissez directement filezilla.

Option n°2: Fonctionnalité de votre hébergeur. L'autre option est d'utiliser la fonction de transfert disponible chez votre hébergeur de site. Il vous suffit d'entrer votre identifiant client/mot de passe pour avoir accès à votre compte utilisateur, et vous trouverez sans problème la fonction de transfert de fichiers.

Quel que soit votre choix, n'oubliez pas de charger vos fichiers html dans le répertoire principal pour que page de vente soit bien visible. Souvent ce répertoire s'appelle ROOT (ou répertoire racine), ou PUBLIC, ou MAIN, ou WWW.

Les fichiers que vous allez charger sont :

- La page de vente, que vous nommerez dans la plupart des cas *index.html*.
- La page de remerciement/téléchargement.
- Votre ebook, évidemment (au format PDF ou intégré à un fichier zip).
- Et tous les graphiques/images/illustrations/photos le cas échéant.

Note: A propos des illustrations. Le plus simple est de tout mettre (fichiers html, illustrations, images) dans le répertoire racine de votre site. Mais si ce dernier est un peu compliqué ce sera vite le bazar. Un conseil dans ce cas, mettez toutes vos images dans un répertoire *images* spécialement dédié. Vous aurez ainsi, dans votre répertoire racine, d'une part tous les fichiers html et d'autre part un sous-répertoire *images* contenant toutes les images et graphiques.

A ce stade, tout est prêt d'un point de vue technique. Mais n'oublions pas quelques vérifications.

4. **ATTENDRE votre première commande.** Avant cela, il faut tester la chaîne complète d'achat/livraison pour s'assurer que tout fonctionne sans accroc.

Voici une liste de ce que vous pouvez vérifier pour plus de tranquillité d'esprit.

- Tapez votre nom de domaine dans un navigateur internet, puis cliquez sur ENTRÉE. Vous devez arriver sur votre page de vente.
- Vérifiez que toutes les illustrations sont bien visibles, et que la mise en page est correcte.
- Cliquez sur chacun des liens d'achat et vérifiez que vous arrivez bien sur paypal ou sur le processeur d'achat que vous aurez choisi.
- Vérifiez que l'information présentée sur la page de transaction est correcte (nom de l'ebook, prix).
- Faites un véritable achat, et voyez si vous arrivez bien sur la page de remerciement et si le lien de téléchargement est bien indiqué et valide. Vous pourrez vous rembourser vous-même par la suite...et vérifier par la même occasion que le remboursement fonctionne.
- Vérifiez enfin que l'ebook est téléchargé, lisible sur votre ordinateur, et que c'est la bonne version.

Si tout est OK, félicitations, votre site est prêt à recevoir des commandes ! Sinon, pas de panique, tout se répare. C'est très rare que tout fonctionne du premier coup...et c'est pour cela que les vérifications sont indispensables. Faites les corrections/réparations nécessaires en cas de problème.

Votre activité du jour : Terminez votre site ! Si vous avez des difficultés, vous trouverez bien un collègue ou un proche qui saura vous aider. Il ne faut pas hésiter à demander de l'aide car l'ensemble de la procédure de mise en ligne de votre site, qui peut sembler un peu long, est en fait plutôt simple.

Jour 21 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 1)

Votre rapport spécial est prêt de même que votre page de vente et votre système de transaction. Tout est réuni pour commencer à gagner de l'argent. Maintenant il

vous faut attirer une audience ciblée vers votre page de vente. Il s'agit là d'un aspect du web-marketing parmi d'autres, et nous allons y consacrer un petit peu de temps.

→ Faites une annonce à vos contacts

Toute action marketing commence par une prise de contact avec vos connaissances. Pourquoi ?

Parce que ceux qui vous connaissent (je suppose qu'ils vous apprécient et qu'ils vous font confiance) sont les personnes les plus susceptibles de vous acheter quelque chose dans l'immédiat.

Donc la première chose que vous faites consiste à faire une annonce à votre réseau de contacts. Celui-ci peut inclure...

- Les membres de votre famille
- Les amis
- Les voisins
- Les partenaires de sport
- Les collègues de travail
- Les membres de votre associations (parents d'élèves, etc...)
- D'autres connaissances
- Les prospects | membres de vos mailing-listes (si vous en avez)
- Les clients (si vous en avez)

Vous devez informer ces personnes que vous avez écrit un petit guide susceptible de les intéresser et disponible à l'achat sur votre page internet.

Comment faire l'annonce ?

De diverses manières, comme...

- Leur dire de vive voix au cours d'une conversation anodine.
- Leur dire par téléphone ou laisser un message téléphonique.
- Leur envoyer un email, un tweet ou un message Facebook avec un lien vers votre page de vente.
- Leur laisser un message publicitaire type prospectus dans leur boîte aux lettres.
- Mettre un message explicatif dans votre blog en insérant un lien vers la page de vente. Cela peut paraître moins agressif d'un point de vue commercial.

Vous pouvez très bien rester informatif sans pousser à l'achat trop lourdement. Il n'est pas question de mettre la pression sur vos connaissances...oubliez d'emblée le harcèlement ! Dites simplement que vous avez rédigé un rapport sur un thème donné et que vous essayez de le vendre sur internet. La curiosité devrait l'emporter et les gens iront naturellement consulter cette page.

Et il y aura des ventes pour au moins deux raisons :

Certaines de vos connaissances voudront vous aider et vous encourager dans votre entreprise.

D'autres seront tout simplement intéressées et curieuses d'en savoir plus sur le sujet de votre ebook. Elles se comporteront comme des clients standards.

Important : n'hésitez pas à demander à ces clients un peu particulier ce qu'ils pensent de votre ebook...Ce sont des témoignages faciles à récupérer et à insérer dans votre page de vente.

→ **Achetez des annonces classées dans les journaux spécialisés.**

C'est une idée à laquelle on pense peu...et pourtant c'est efficace.

Les journaux de petites annonces sont toujours d'actualité et vous pouvez y mettre votre propre annonce pour qu'elle soit lisible localement ou dans toute la France. Bien souvent les frais sont réduits : une dizaine d'euros pour une annonce affichée dans un ou deux numéros. A ce niveau il vous suffit de faire une vente ou deux pour rentrer dans vos frais et commencer à générer des ventes rémunératrices.

N'oubliez pas en plus, que grâce à internet un client gagné est facilement joignable par la suite via son email...

Vous pourrez le contacter ultérieurement pour lui proposer tous vos futurs ebooks...

Exemple d'annonce :

RAPPORT SPÉCIAL : "Comment gagner 2000 euros par mois sur internet". Véritable travail à domicile, 15 heures par semaine. Aucune expérience nécessaire, travaillez quand vous voulez. Information gratuite ici : <http://www.monstersite.fr>

Note : si votre ebook aborde une thématique très spécifique, choisissez un magazine du même domaine pour un résultat plus efficace.

Votre objectif du jour : Contactez votre réseau et mettez une annonce dans un journal généraliste et/ou un magazine dédié.

Jour 22 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 2)

→ Créez et distribuez des imprimés promotionnels

J'y ai déjà fait allusion il y a quelques lignes. Il s'agit de faire de la promotion hors internet, ou encore "offline".

Il y a deux outils accessibles qui tournent autour des imprimés promotionnels :

- **Les cartes de visite.** Tout le monde en a ou presque. Il s'agit de petits cartons sur lesquels sont imprimées vos coordonnées principales : nom prénom, téléphone, adresse, email etc...Vous trouverez sur internet de nombreux sites qui vous permettront d'en créer facilement et d'être livré à domicile. Les cartes de visite coûtent peu cher, sont faciles à distribuer et tout entrepreneur devrait en avoir. Parfait pour promouvoir un petit rapport !
- **Les prospectus.** Ils existent en différents formats, en couleur ou en noir et blanc, et vous les livrez dans les boîtes aux lettres. Là encore il est facile d'en commander 10... ou 10000. Accessible à tous les budgets !

Rapidement, voyons quelques suggestions pour distribuer votre matériel de promotion imprimé, que ce soit cartes de visites ou prospectus.

- **Ayez-en toujours avec vous que moins quelques exemplaires, surtout si vous voyagez.** Gardez en permanence un bon stock dans votre voiture. Quand vous êtes en déplacement, pour quelle raison que ce soit, n'hésitez pas à distribuer ici et là quelques prospectus. C'est une bonne manière d'étendre votre visibilité en peu d'efforts, que ce soit en déplacement professionnel ou lors de vos vacances.
- **Faites la chasse aux tableaux d'affichage gratuits.** Il en existe un peu partout et souvent à des endroits stratégiques : épicerie du coin, supermarché, station d'essence, etc...mairies et annexes, associations. Il suffit de demander la permission et vous pourrez mettre votre prospectus ou une petite affiche devant les yeux de pas mal de personnes. Certains parkings également autorisent la distribution de prospectus sous les

essuies-glaces des véhicules. Enfin, certains quartiers pavillonnaires, certaines cités universitaires etc...présentent une grande concentration d'habitants. Prenez le temps une fois par mois de distribuer votre précieuse information !

- **Ciblez des zones spécifiques pour plus de conversion.** Si votre ebook s'intitule "Comment réussir tous vos examens et obtenir tous vos diplômes", faire la promotion dans une maison de retraite ou dans une cité universitaire n'aura pas du tout le même impact ! Essayez d'identifier des localisations en rapport évident avec ce que votre ebook propose.

Votre activité du jour : Travaillez sur votre matériel promotionnel et commandez des imprimés. Cherchez des endroits où les distribuer.

Jour 23 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 3)

Abordons aujourd'hui un autre créneau de diffusion et de promotion...eBay !

→ Postez une enchère sur eBay®

J'ai commencé à vendre des ebooks sur eBay il y a quelques années dorénavant. Ce n'est plus possible désormais car le règlement l'interdit et c'est bien dommage.

Mais à l'heure où j'écris ces mots il est toujours possible de vendre de l'information pourvu qu'elle soit sous forme physique, livrable par la poste.

Rassurez-vous il n'y a pas besoin de faire quelque chose de parfaitement professionnel et de très haute qualité.

En fait vous avez à votre disposition deux manières de procéder et qui fonctionne bien toutes les deux (je vous recommande quand même la deuxième solution) :

- 1. Manuscrit relié :** Imprimez votre rapport sur papier et faites le relier (on trouve des enseignes spécialisées dans n'importe quelle ville) soit avec des reliures en plastique soit avec à chaud avec une colle spéciale. Ce n'est pas si cher que cela (sauf si vous mettez beaucoup de pages en couleur). Mieux, il existe des sites qui vous permettront de récupérer un numéro ISBN et de faire l'impression et la reliure (exemple : lulu.com). Dans ce cas c'est un véritable livre que vous vendrez sur le net.

2. CD/DVD de données : Avec cette option vous gravez votre CD ou DVD avec le fichier PDF de votre rapport spécial, et vous pouvez même ajouter de l'audio et de la vidéo (captures d'écran, mode d'emploi etc...). Il ne vous reste plus qu'à faire autant de copies que vous souhaitez en vendre. Vous pouvez même acheter des boîtiers en plastique et imprimer des autocollants illustratifs à poser sur vos DVD.

Il ne vous reste plus qu'à faire une photo de votre CD/DVD ou manuscrit et rédiger une annonce sur eBay®.

Note: rien ne vous empêche de fournir un lien de téléchargement au client immédiatement après son achat. Il obtiendra ainsi son fichier en temps réel, en plus du véritable objet physique (imprimé, CD/DVD). Cela sera perçu comme un bonus par le client qui appréciera fortement ce geste.

Quel que soit votre choix, imprimé ou DVD, la vente sur eBay® vous permettra de faire quelques ventes rapides et surtout de gagner des clients auquel vous pourrez vendre d'autres ebooks plus onéreux par la suite, sans passer par eBay®.

eBay® à l'avantage de ne pas connaître la crise (chiffre d'affaire qui ne faiblit pas...) et des milliers de personnes consultent ce site chaque jour. Alors soyez présent !

Votre objectif du jour : Ouvrez un compte sur eBay® et consultez les nombreux guides et aides disponibles. Apprenez vite comment vendre et lancez-vous.

Jour 24 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 4)

➔ **Faites-vous une place sur les forums spécialisés.**

Sur internet il existe des forums dans pratiquement tous les domaines imaginables. Il s'agit de plateformes dans lesquelles les gens interagissent, posent des questions, reçoivent des réponses, discutent, font des suggestions, demandent conseil, donnent des astuces etc...

Dans la majorité des forums il est possible, après inscription gratuite, de préciser votre profil personnel et de renseigner un lien "ressources" ou "signature" à la fin de chacun de vos messages.

Ainsi chaque fois que vous créez ou rejoignez une discussion, un lien vers votre page de vente apparaît à la fin de tous vos messages : c'est donc une manière gratuite de promouvoir votre rapport spécial. Et croyez-moi cela marche bien. Au fur et à mesure que vous interviendrez les visites vers votre page de vente (et vos ventes) augmenteront sensiblement.

L'un des intérêts de cette approche repose sur le fait que vos messages ne sont jamais effacés et donc vos liens sont permanents. Les visiteurs ultérieurs pourront toujours le voir et cliquer dessus. Mieux encore, ces liens vous naturellement améliorer le positionnement de votre site dans les moteurs de recherche...Vous ferez d'une pierre deux coups !

Pour tirer bénéfice de ce système, il faut faire attention à deux points-clés :

- 1. Postez des messages sensés et pertinents.** Ne postez jamais de message juste pour montrer votre lien. Quand vous intervenez, ce doit être pour une bonne raison : donner un conseil ou en demander un, faire une suggestion adaptée, développer un argument. Pas pour faire de la pub ! Sinon vous risquez de voir votre compte supprimé par les modérateurs du forum.
- 2. Le lien vers votre page de vente doit être adapté à la discussion.** Dans tous les cas vous pouvez choisir le texte qui pointera vers votre site. Faites en sorte qu'il soit susceptible d'intéresser la majorité des membres du forum.

Exemple: Dans un forum sur le travail à domicile et ses aspects légaux, vous pouvez proposer un site sur le statut d'auto-entrepreneur : "Cliquez ici pour découvrir le statut d'auto-entrepreneur". Mais ce message n'aura pas beaucoup d'impact dans un forum sur le jardinage...

Pour finir, chaque forum impose un règlement interne : vous avez tout intérêt à le lire et à le respecter.

J'oubliais : pour trouver le ou les forum(s) adaptés à votre domaine, par exemple le jardinage, il suffit de taper `forum jardinage` dans votre moteur de recherche favori.

Votre objectif du jour : Trouvez un maximum de forum en relation avec votre thématique et inscrivez-vous. Personnalisez votre signature avec un texte adapté et le lien vers votre page de vente. Commencez à poster des messages.

Jour 25 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 5)

Après les forums, nous allons voir une méthode de trafic immédiat mais payant.

→ Achetez de la publicité "Pay-Per-Click"

Il existe plusieurs endroits où vous pouvez acheter de la publicité "pay-per-click" (paiement au clic) en enchérissant sur les mots-clés ou des phrases-clés relatifs à votre thématique d'intérêt.

Nous n'aborderons que certaines généralités car ce domaine est très vaste.

Voici le principe du PPC :

Vous enchérissez sur le montant maximum que vous souhaitez payer chaque fois que quelqu'un clique sur votre publicité. Ces enchères sont faites sur des mots-clés ou des phrases-clés.

Exemple: vous pouvez enchérir sur "raquette de tennis" ou "balles de tennis".

Suivant le somme que vous êtes prêt à dépenser, le fournisseur de ce service placera votre publicité à une certaine position en fonction des enchères des autres utilisateurs pour ce même mots-clés.

En général : Plus votre enchère est élevée, plus vous y gagnez en visibilité. Mais il y a des subtilités qui peuvent permettre de dépenser moins avec le même résultat...Le PPC est plus un art qu'une science et c'est quelqu'un qui a dépensé des milliers d'euros dans ce domaine qui vous le dit !

Le plus connu des services PPC est Adwords, de Google. Pour le voir en action, il suffit de faire une requête dans Google, par exemple `cours piano`. Si vous regardez les résultats avec attention, vous verrez que les premiers résultats et ceux affichés dans la colonne de droite apparaissent en couleur : ce sont des liens dits commerciaux, c'est-à-dire que leur affichage fait l'objet d'enchères posées dans Adwords. Vous pouvez très bien faire la même chose.

Le principal problème du PPC avec Adwords, c'est le coût: de plus en plus de personnes font appel à ce service et les enchères sur les mots-clés les plus demandés explosent. Il existe des alternatives : publicités sur des réseaux ou des sites annexes de Google, publicités sous la forme d'images ou de bannières etc...Le gros avantage est que le PPC Adwords permet d'avoir des résultats **rapides et efficaces**. Si vos mots-clés ne sont pas très demandés, et avec un budget

raisonnables, vous pouvez facilement attirer des milliers de visiteurs sur votre site en quelques jours.

Avertissement : Google gagne beaucoup d'argent avec ce système car il attire beaucoup de monde. Par contre il n'est pas certain que ce soit efficace pour vous et vous pouvez perdre beaucoup d'argent si vous n'agissez pas avec sérieux. De plus, Google à tendance à durcir son règlement dans tous les aspects du service. Alors prenez le temps de bien lire chaque ligne du règlement : si vous ne le respectez pas, vous serez éliminé sans ménagement ! Mon conseil avant de vous lancer : achetez et lisez des livres spécialisés sur Adwords. (Le meilleur que j'ai lu fait partie de la collection "pour les nuls" ! Choisissez toujours une édition très récente pour bénéficier de conseils sur les dernières versions du règlement

Quoi qu'il en soit, Le PPC reste à mon avis le moyen le plus efficace pour vite mettre votre ebook sous les yeux d'un maximum de personnes. La bonne nouvelle : Adwords n'est plus la seule plateforme ! Le moteur de recherche de Microsoft, Bing !, s'y est mis...et même Facebook, qui est une bonne option !

Votre objectif du jour : si vous avez un peu d'argent à dépenser, achetez des ouvrages sur le sujet et faites-vous une idée. C'est seulement ensuite que vous pourrez juger de l'intérêt de cette technique dans votre cas.

Jour 26 : Le marketing : comment promouvoir votre ebook (partie 6)

J'espère que je ne vous ai pas trop découragé(e) avec la leçon précédente sur le PPC !

Rassurez-vous aujourd'hui nous allons voir quelque chose de moins risqué...et plus simple.

→ Ecrivez et distribuez des articles gratuits.

C'est l'un des bons moyens de récupérer du trafic gratuit : vous écrivez des petits textes (de 300 à 600 mots) et vous les mettez à disposition avec des liens vers votre page de vente dans des sites spécialisés.

Dans ce genre d'articles, vous abordez un thème donné en présentant une information particulière et utile, et vous invitez le lecteur à venir sur votre site grâce à un ou plusieurs liens.

Voici comment faire, en plusieurs étapes :

1. **ÉCRITURE.** Tout commence par l'écriture d'un article sur la thématique de votre rapport spécial. Comptez entre 400 et 600 mots environ. Vous pouvez pour cela extraire une partie de votre ebook et faire une liste de trucs et astuces. Il faut aussi préparer le texte de votre signature, dans laquelle vous indiquez qui vous êtes (pas besoin de mettre votre véritable nom), votre domaine d'expertise et bien sûr un lien vers votre page de vente. Mieux encore, certains sites vous autorisent à mettre plusieurs liens à l'intérieur même de l'article.
2. **SOUSSION.** Vous soumettez votre article aux sites spécialisés en autorisant quiconque à le copier pour leur blog, leur site etc...
3. **DISTRIBUTION.** Des internautes parcourent ces sites et le copient, AVEC votre signature et ses liens.
4. **CLICS.** De nombreuses personnes sont amenées à cliquer sur votre lien grâce à votre article qui se répand sur le web.

Voilà pour l'essentiel...

...mais comme d'habitude ne passez pas à côté de quelques conseils :

➤ **Le contenu de votre article doit être utile mais incomplet**

En tant que tel votre article doit évidemment apporter quelque chose au lecteur. Mais il doit surtout lui donner envie de cliquer sur votre lien pour en savoir plus ! Alors ne dites pas tout...et attisez la curiosité du lecteur.

➤ **Votre signature doit compléter votre contenu utile**

Assurez-vous que la partie réservée à votre signature donne au lecteur de l'information supplémentaire à ce qu'il y a dans l'article. C'est-à-dire qu'il existe un rapport spécial dans lequel vous dévoilez tout ce que vous savez...et qu'il faut cliquer sur votre lien pour en savoir plus.

Exemple: Supposons que le titre de votre rapport soit "17 moyens de récupérer des fonds pour votre association". Vous pourriez rédiger un article intitulé "Trois astuces pour mieux gérer votre association" dans lequel vous donnez trois étapes pour trouver un financement : Etape 1 rédiger une demande de financement, Etape 2 trouver des donateurs potentiels, Etape 3 : comment contacter les donateurs. Evidemment, si dans votre signature vous indiquez que vous avez 16 autres moyens de trouver des financements et que ces moyens sont disponibles dans votre rapport spécial, vous allez intéresser pas mal de monde.

Avec un article solide et une bonne signature, vous devriez avoir de bons résultats avec une campagne de ce genre.

Une bonne signature ?

Voyons voir ce que c'est.

La plupart des sites spécialisés autorisent 4 ou 5 lignes de signature pour clore votre article.

Voici un exemple simple :

```
-----  
Jean Dupond est l'auteur du rapport spécial "17 moyens de  
récupérer des fonds pour votre association". Récupérez votre  
exemplaire aujourd'hui en cliquant ici :  
http://www.rapportdejeandupond.fr (livraison immédiate 24h/24).  
-----
```

Et voilà !

Le dernier point d'importance : à quel site soumettre vos articles ?

Il y en a plusieurs que vous trouverez en faisant une recherche dans Google par exemple (tapez `site articles`).

Je vous conseille également ces deux sites :

- <http://www.mesarticles.com>
- <http://www.articlesenligne.com/>

Avec tout ça, vous n'avez pas d'excuses pour ne pas diffuser votre page de vente !

Si vous suivez ces techniques simples vous obtiendrez vite des commandes pour chacun de vos nouveaux projets d'ebook.

Considérez l'ensemble de ces techniques comme une stratégie globale de web-marketing efficace. Efficace...mais uniquement si vous l'utilisez !

Votre activité du jour : continuez d'appliquer les techniques de marketing présentées dans les six dernières leçons.

Dans la prochaine leçon vous aurez la première partie de ma *check-list* personnelle à 7 étapes.

Jour 27 : Devenez plus productif avec cette check-list de 7 étapes (partie 1)

Vous avez beaucoup appris jusqu'ici...26 leçons au total.

Mais je veux maintenant vous donner un véritable outil qui vous permettra d'avancer plus vite.

Il s'agit de ma check-list en 7 étapes dont le but est de faire tourner votre activité de rédaction/vente d'ebooks en moins de temps qu'il ne faut pour le dire.

Comme d'habitude, pas de blah-blah...commençons immédiatement.

Etape n°1 : Prenez la décision de réussir vraiment.

Il faut commencer par poser les fondations de votre succès. Cela consiste à décider de réussir et à définir des objectifs et un plan d'attaque.

1. Choisissez le marché que vous souhaitez occuper.

- Est-ce un marché qui a de l'argent à dépenser ?
- Est-ce un marché suffisamment ouvert pour accepter des offres variées ?
- Est-ce un marché qui vous intéresse ?

2. Trouvez le sujet de votre ebook.

- Trouvez un domaine avec "de la demande" –
 - Jetez un œil à 1TPE.com pour voir les sujets qui vendent.
 - Consultez les meilleures ventes sur Amazon, la Fnac, sans oublier eBay.
 - Recherchez avec Google les ebooks sur le sujet, et faites la liste de vos concurrents pour observer leur offre.
 - Faites une recherche dans les forums dédiés pour trouver d'autres idées éventuelles.
 - Regardez aussi dans les répertoires d'articles.

- Allez dans une bonne librairie pour voir les magazines périodiques qui abordent de près ou de loin votre thématique.
- Assurez-vous que le sujet de votre ebook se distingue –
 - En segmentation (il aborde un thème très précis).
 - En énumération (il fait la liste d'une série d'idées autour d'un thème donné plus général).

3. Choisissez un titre pour votre ebook.

- Est-il représentatif du contenu ?
- Suscite-t-il de l'intérêt ?
- Évoque-t-il des bénéfices ou des avantages ?

4. Trouvez le nom de domaine de votre site.

- Il doit être facile à mémoriser.
- Il doit si possible, contenir un ou deux mot(s)-clé(s).

5. Choisissez un hébergeur de site.

- Veillez à ce qu'il propose les services dont vous aurez besoin.
 - De l'espace disque suffisant
 - Suffisamment de trafic ("bande passante")
 - Un service après-vente disponible
 - Un gestionnaire de fichier online
 - Une interface utilisateur simple et complète
 - Des comptes emails
 - PHP, MySQL, suivi des statistiques etc...

Étape n°2: Elaborez/planifiez votre contenu en trois grandes étapes.

1. Générez un maximum de concepts et d'idées

- Écrivez noir sur blanc tout ce qui vous passe par la tête.
 - Idées

- Notes
- Listes
- Questions
- Astuces
- Aide-mémoire
- Points de vue personnels
- Pensées subjectives
- Choses à faire et à ne pas faire
- check-lists
- Détails
- Etapes
- Faits
- Explications
- Comparaisons
- Statistiques
- Analyses
- Citations
- Illustrations / Tableaux / Photos / Schémas

- Faites l'exercice de l'alphabet.

2. Arrangez vos idées de manière...

- Séquentielle (chronologique)
- Systématique (par lien direct ou thème commun)

3. Décidez du nombre de page à atteindre.

4. Essayez de segmenter l'écriture en trois objectifs quotidiens.

PAGES -

Si vous voulez écrire 12 pages au total, essayer d'écrire quatre pages de contenu chaque jour.

LISTE DE POINTS -

Si votre contenu est séparé en 24 points distincts, essayez d'en rédiger 8 par jour.

PARTIES, CHAPITRES -

Si votre ebook doit contenir 3 chapitres...vous devez en écrire un par jour.

Jour 28 : Devenez plus productif avec cette check-list de 7 étapes (partie 2)

ETAPE n°3: Respectez votre objectif d'écriture numéro 1.

Vous devez écrire le premier tiers de votre petit rapport.

1. Ce qui est prévu pour aujourd'hui.

- Ecrivez 3 ou 4 paragraphes pour chaque "point" que vous devez aborder.
- Soyez certain de bien expliquer vos idées.
- Donnez autant de trucs et astuces que possible.
- Donnez des exemples, présentez des études de cas (quand c'est possible) pour illustrer vos idées.
- Mettez un peu de personnalité dans la manière dont vous rédigez.
- De nouvelles idées vont surgir pendant la rédaction...insérez-les dans le texte.

2. Utilisez ces modèles de phrase (remplissez ce qui manque).

- Si vous pouviez séparer _____ en _____ étapes, voici ce qu'elles seraient _____.
- L'un des problèmes que la majorité des gens trouvent difficile à propos de _____ est _____.
- Voici une astuce méconnue à propos de ____ : il s'agit de _____.
- La plus grande source d'erreur à propos de _____ est _____.
- Voici ce que la plupart des gens me demandent à propos de _____ : comment faire pour _____?

3. Notez à part la liste de bénéfices pour faciliter la rédaction de votre page de vente.

- Trouvez une dizaine de points positifs, d'avantages et de bénéfices au fur et à mesure que vous écrivez.
- Compilez-les dans un document à part ou directement dans un fichier html.

Note: Les objectifs des jours 3, 4 et 5 sont identiques.

ETAPE N°4: Respectez votre objectif d'écriture numéro 2.

Il s'agit d'écrire le second tiers de votre ebook.

ETAPE N°5: Respectez votre objectif d'écriture numéro 3.

Il s'agit d'écrire le dernier tiers de votre ebook.

Jour 29: Devenez plus productif avec cette check-list de 7 étapes (partie 2)

ETAPE n°6: Peaufiner l'ensemble.

Voici comment préparer, présenter et trouver un prix pour votre rapport. Le but est qu'il soit prêt pour la vente.

1. Préparez votre document.

- Insérez du contenu complémentaire là où la compréhension du texte reste délicate.
- Utilisez plusieurs polices, styles, indentations, couleurs et optimisez la mise en page.
- Identifiez les erreurs de frappe et corrigez les fautes d'orthographe et grammaticales.

2. Terminez le texte final.

- Contenu –
 - Page de titre.
 - Page des conditions/droits.

- Page de présentation de l'auteur.
 - Page d'offre spéciale. (Réduction | Accès secret | Offre privilégiée)
 - Table des matières.
 - Texte proprement dit.
 - Offre complémentaire finale.
- Aspect/présentation –
- Pieds de page, en-tête.
 - Marges.
 - Graphiques, captures d'écran, photographies.

3. Trouvez le prix juste.

- Règle n°1 : "Le contenu est le paramètre le plus important pour déterminer le bon prix de votre ebook"
- Règle n°2 : "Ce que vous apportez par rapport à la concurrence permet de vous positionner à un niveau de prix plus élevé"
- Règle n°3 : "Les habitudes d'achat, les attentes et les besoins de vos prospects sont aussi un bon indicateur"

ETAPE n°7 : Rédigez/ créez la page de vente et préparez votre site web.

Mettez le processus de vente en état de marche.

1. Écrivez une mini-page de vente pour votre petit rapport.

- Choisissez un bon logiciel pour préparer les pages html.
- Écrivez la page de vente en incluant ces différentes composantes :
 - Pré-titre
 - Titre principal
 - Post-titre
 - Le problème
 - La solution : votre ebook
 - La preuve
 - Liste de bénéfices
 - Attraction
 - Promesse (garantie)
 - Processus d'achat
 - Post-scriptum

Note: Tout comme pour votre ebook, il est recommandé de faire relire votre page de vente par quelqu'un pour corriger fautes de frappes, d'orthographe et de grammaire.

2. Créez toutes les pages HTML nécessaires.

- Certes, il y a la page de vente.
- Mais il y a aussi la page de remerciements/téléchargement.

3. Chargez vos fichiers vers l'espace disque réservé chez votre hébergeur.

- Choisissez une méthode pour charger vos fichiers.
 - Option #1: logiciel FTP indépendant.
 - Option #2: fonctionnalité donnée par votre hébergeur (cherchez dans l'interface utilisateur).
- Transférez les fichiers –
 - Page de vente.
 - Page de remerciement/téléchargement.
 - Ebook.
 - Images si nécessaire.

4. Choisissez un bon processeur de vente.

- CHOISISSEZ un service d'achat/vente sur internet dédié fichiers numériques pour gérer vos commandes.
 - Ressource #1: Paypal est un bon outil, fiable.
 - Ressource #2: Astuce : inscrivez-vous à 1TPE, c'est très bien aussi, surtout pour commencer.
- INSCRIVEZ-VOUS en créant un compte soit chez paypal, soit chez 1TPE, soit ailleurs.

Note: Inscrivez-vous à chacun des sites pour voir les fonctionnalités disponibles et faites votre choix en fonction de vos besoins.

- CRÉEZ un lien d'achat.

Note : Que ce soit avec Paypal ou 1TPE, vous obtiendrez un lien qui permet au client de payer et d'être livré.

5. Testez l'intégralité du processus de transaction pour corriger les éventuels dysfonctionnements.

- Tapez votre nom de domaine dans un navigateur internet (Firefox, Explorer etc...).
- Vérifiez que la page de vente s'affiche correctement.
- Cliquez sur le lien d'achat et vérifiez qu'il est valide.
- Vérifiez que l'information sur la page de transaction est correcte.
- Achetez votre propre ebook et vérifiez que la transaction fonctionne ainsi que la livraison.
- Vérifiez que la page de remerciement/téléchargement s'affiche correctement.
- Testez le lien de téléchargement pour voir s'il est fonctionnel.
- Ouvrez le fichier téléchargé et vérifiez son état.

Et voilà ! 7 étapes récapitulatives pour assurer un commerce d'ebook efficace et sans intervention de votre part.

Votre objectif : Relisez plusieurs fois cette check-list pour bien la connaître et maîtriser le processus de A à Z.

Dans la leçon suivante je vous aiderai à créer votre PROCHAIN ebook.

Jour 30 : 21 idées pour votre prochain ebook (partie 1)

Il y a énormément de "sortes" de petits rapports que vous pouvez écrire, et en les combinant avec différentes thématiques, vous pouvez facilement générer des douzaines de rapports numériques qui se vendront comme des petits pains.

Dans les deux leçons suivantes nous allons examiner 21 "sortes" différentes d'ebooks qui peuvent être facilement créées.

Utilisez cette liste pour générer de nouvelles idées pour votre deuxième ebook...et les suivants !

1. Tutoriel : Comment faire pour...

Ce type de rapport est organisé autour d'une approche systématique (une série de tâches à effectuer) pour parvenir à un résultat donné. Le plus souvent les étapes sont présentées de manière chronologique.

Ce type d'ebooks est souvent présenté comme un "système", une "formule", un "mode d'emploi" etc...

Quelques exemples :

- 1) Comment faire un site internet en 5 étapes simples.
- 2) Comment perdre 5 kilos en 10 jours.
- 3) Comment trouver l'âme sœur en un mois.
- 4) Comment gagner vos 1000 premiers euros sur internet.
- 5) Comment doubler vos revenus en vendant des ebooks sur internet.
- 6) Comment commencer une collection de timbres anciens.

2. Questions fréquentes.

Dans ce modèle d'ebook, vous prenez les 10 ou 20 questions les plus fréquentes à propos d'un problème donné et vous y donnez votre réponse. Il s'agit de rapports très simple à générer car l'organisation est évidente :

1. Vous présentez la liste des questions.
2. Vous y répondez !

Voici quelques exemples de titres :

- 7) Vos 20 questions sur les placements boursiers
- 8) Vos 20 questions sur le trafic internet
- 9) 20 questions sur le jardinage en terrasse
- 10) 20 questions sur le développement durable
- 11) 20 questions sur le travail à domicile
- 12) 20 questions sur l'édition d'ebooks

3. Interview.

Comment passer des questions auxquelles VOUS répondez aux questions auxquelles QUELQU'UN D'AUTRE répond. Une "interview" est un petit rapport dans lequel vous indiquez les réponses, données par différents experts, à des questions données.

Voici quelques idées de titre...

- 13) Demandez à un entraîneur sportif comment perdre du poids.
- 14) Demandez à un gourou du web comment devenir...un gourou du web.
- 15) Voyager moins cher ? Les réponses d'un voyageur.
- 16) Consommer moins de carburant ? Les réponses d'un mécanicien automobile.
- 17) Décorer une ancienne ferme ? Les réponses d'un architecte d'intérieur.

4. Listes.

Il s'agit ni plus ni moins d'une liste de moyens, d'astuces, de techniques, de stratégies, de secrets, d'exercices, de principes autour d'un thème donné. Il suffit d'ajouter une description détaillée/argumentée à chaque entrée de la liste.

Encore quelques exemples :

- 18) 7 manières de brûler plus de calories chaque jour de la semaine.
- 19) 5 secrets de diététicienne pour garder la ligne.
- 20) Email Marketing : les 50 meilleures pratiques.
- 21) Les trois techniques indispensables pour bien jouer au tennis
- 22) 15 techniques de gestion du temps que vous ne connaissez pas

5. Étude de cas.

Dans ce type d'ebook, vous expliquez dans le détail comment vous (ou une autre personne) êtes parvenu à faire une chose donnée.

Quelques idées :

- 23) Découvrez comment une mère de famille perd 5 kilos par semaine
- 24) Comment je gagne 2500 euros par semaine en vendant des ebooks sur internet
- 25) Mon voisin ne paye plus d'impôts : découvrez comment il fait
- 26) Comment j'ai construit ma terrasse en une semaine sans aucune aide.

6. Guide de ressources.

Dans ce type de rapport vous donnez une série d'informations pratiques autour d'un thème donné. Cela diffère un peu des ebooks de type "liste" :

- 27) Mes meilleures adresses de gîtes ruraux en Camargue.
- 28) Ma liste commentée d'hébergeurs internet.

- 29) Les meilleurs hôtels de la Crête.
- 30) Mes spots de plongée préférés en Bretagne.
- 31) Les 100 sites internet qui vous feront rire.
- 32) Débuter en kite-surf : Les 5 meilleures écoles de la côte atlantique

7. Générateurs d'idées.

Il s'agit d'un type particulier d'ebooks dans lesquels vous donnez des idées pour aider/inspirer une certaine catégorie de personnes.

Voici des exemples :

- 33) 101 idées de départ pour écrire un roman policier
- 34) 75 manières de commencer une discussion avec un inconnu
- 35) 97 exemples de titres qui captent l'attention de vos prospects
- 36) 12 associations de fruits pour réussir vos cocktails
- 37) 15 idées de blog lucratif
- 38) 100 bannières personnalisables pour vos publicités internet

8. La première année.

Vous allez vite comprendre avec ces exemples :

- 39) La première année de votre bébé.
- 40) La première année d'école.
- 41) Votre première année dans le web-marketing.
- 42) Votre première année dans le travail à domicile.
- 43) La première année d'enseignement en lycée difficile.
- 44) La première année de médecine.
- 45) La première année à l'université : pièges et recommandations.
- 46) La première année en auto-entrepreneur.

9. Le business de niche.

Au lieu de vous focaliser sur les personnes qui connaissent déjà le marketing internet, je vous recommande un bon filon : celui de travailleurs indépendants spécialisés dans un domaine très précis qui n'a rien à voir avec internet. Ils ont évidemment besoin de clients...et vous pouvez les aider.

- 47) Le marketing pour auto-entrepreneur débutant
- 48) Le web-marketing pour artisan-décorateur : comment se faire connaître localement grâce à internet
- 49) Comment trouver de nouveaux clients grâce à internet
- 50) Comment développer un réseau professionnel sur internet
- 51) La publicité sur internet pour entrepreneur individuel

52) La rénovation d'appartement en action : comment créer un site illustrant vos réalisations en 10 jours seulement.

10. Un pont entre deux rives.

Il s'agit de faire un lien entre deux thématiques a priori éloignées en créant un seul rapport spécial qui explique leur complémentarité.

- 53) La gestion du temps pour célibataire
- 54) Le régime du marketeur internet
- 55) Comment gagner de l'argent en vendant votre collection de timbres sur eBay®
- 56) Parler en public pour un auto-entrepreneur débutant
- 57) Les idées simples qui ont généré des fortunes
- 58) Combiner vie de famille et cours du soir

11. Astuces, raccourcis.

Dans ce type d'ebooks vous expliquez comment gagner du temps ou des efforts pour accomplir quelque chose sans sacrifier les bénéfices ou la qualité des résultats.

- 59) 17 astuces pour acheter une nouvelle maison sans risque
- 60) 10 astuces pour mieux jouer au golf en deux semaines
- 61) Les 10 meilleurs outils de Adobe® Photoshop® et comment les utiliser simplement
- 62) 5 raccourcis pour gagner en affiliation
- 63) 7 astuces pour planifier votre mariage sans stress
- 64) Conseils aux rédacteurs : comment écrire plus facilement, plus vite et mieux.

Jour 31 : 21 idées pour votre prochain ebook (partie 2)

La suite...et la fin.

12. Guide avancé.

Le marché est conséquent car la demande est importante.

Voici des exemples :

- 65) Conseils avancés pour la photographie d'oiseaux
- 66) Construire une terrasse en bois de A à Z
- 67) Le meilleur des stratégies Adwords® pour professionnels
- 68) Réussir ses amortis et ses lobes en tennis
- 69) Vendre une voiture neuve en 4 arguments seulement
- 70) Techniques avancées de publipostage avec Excel®

13. Limites temporelles.

Dans ce type d'ebooks, vous focalisez le sujet sur la réalisation d'un objectif en un temps donné.

Ce qui est important c'est le temps qu'il faut pour arriver au résultat plus que le résultat lui-même.

- 71) Gagner de l'argent sur internet en 10 jours ou moins
- 72) Perdre 5 kilos en moins d'une semaine
- 73) Préparer votre mariage en 2 mois seulement
- 74) Comment écrire un ebook en 3 jours seulement
- 75) 21 jours pour arrêter de fumer définitivement
- 76) Comment vendre votre maison en 2 mois maximum

14. Guide de survie.

Parfois dans la vie il y a des problèmes sans solution...Des temps difficiles peuvent arriver...des périodes délicates survenir à l'improviste. Pourtant il faut gérer ces situations.

Expliquer comment faire est une bonne idée d'ebook.

- 77) Comment retrouver l'amour après un divorce
- 78) Comment rebondir après un licenciement économique
- 79) Comment survivre à une attaque cardiaque sans stress et sans inquiétude
- 80) Comment rouvrir un compte sur eBay® après avoir été banni
- 81) Comment détecter les dérives sectaires
- 82) Comment réussir sur internet sans dépenser un centime

15. Emploi du temps.

Parmi les ebooks que j'ai le plus de faciliter à vendre se trouvent ce que j'appelle les emplois du temps. Il s'agit tout simplement de listes d'activités organisées de manière quotidienne ou hebdomadaire pour parvenir à un but donné.

Les gens adorent ...car cela leur permet de rester "sur les rails" et d'avoir un guide qui les motive pour réussir, comme une sorte de coach.

Ils voient la liste des choses à faire le jour suivant, puis le jour d'après et constatent leurs progrès en temps réel. C'est effectivement très utile.

Note: C'est vraiment une très bonne idée de départ pour un petit ebook.

Tout amateur d'ebook devrait penser à rédiger un tel titre...Vous en premier !

Exemples :

- 83) Ecrire un ebook en 7 jours.
- 84) 31 jours pour perdre 8 kilos : emploi du temps quotidien.
- 85) Des abdos retrouvés en un mois : votre coach quotidien pour réussir.
- 86) 4 semaines pour organiser votre mariage.
- 87) Réussir ses études : comment organiser votre semaine jour par jour, heure par heure.
- 88) 33 jours pour réussir en web-marketing.

16. Que faire quand...

Un autre classique, du type "problème/solution". Juste un autre format pour exprimer le même contenu. L'idée est d'informer le lecteur sur ce qu'il doit faire quand tel ou tel problème survient.

L'astuce est de bien spécifier le titre de l'ebook...

Exemple: Préférez "Ce que vous devez faire pour perdre jusqu'à 4 kilos" à "Ce que vous devez faire pour maigrir".

Encore des exemples pour vous inspirer :

- 89) Que faire pour perdre ces 3 derniers kilos en trop ?
- 90) Que faire face aux colères de votre enfants ?
- 91) Que faire quand votre épouse demande le divorce ?
- 92) Que faire quand le stress est trop grand ?
- 93) Que faire face à l'alcoolisme ?
- 94) Que faire pour occuper vos enfants les jours de pluie ?

17. Leçons sur la culture et les divertissements.

Ce genre de titres est réservé aux personnes vraiment créatives et imaginatives. Si ce n'est pas votre cas, vous pouvez passer directement au numéro 18. ☺

L'idée est de faire partager des trucs et astuces issues de la culture populaire du moment.

Exemples: Cinéma, musique, mode, lecture, télévision, cuisine, tourisme etc...

L'une des raisons du succès de ce type d'ebook est dans sa capacité à générer la curiosité.

Exemples d'idées :

- 95) 3 stratégies marketing à la manière d'Apple
- 96) Mes secrets de minceurs issus de Shrek
- 97) Les meilleures recettes de "un diner presque parfait"
- 98) Survivre en milieu hostile (à la manière de Koh Lanta)
- 99) Comment voir la vie en bleu (façon Avatar)
- 100) Comment vivre sans tablette tactile ni smartphone

18. Profiter de certaines périodes de l'année ou d'événements.

Les vacances qui arrivent, les fêtes de fin d'année etc...sont autant d'occasion de repackager votre contenu en nouveaux titres adaptés aux circonstances. Cela renforce le sentiment d'urgence et pousse plus facilement le prospect à l'achat.

En d'autres termes, le prospect doit acheter votre ebook MAINTENANT pour en tirer les bénéfices avant qu'il ne soit trop tard.

Quelques idées :

- 101) Comment perdre 5 kilos avant l'été
- 102) 17 façons de d'économiser sur les cadeaux de Noël
- 103) Comment trouver vos vacances d'été à prix réduit
- 104) Comment préparer un anniversaire au dernier moment
- 105) Un repas en urgence ? Comment accommoder les restes en délicieuses recettes
- 106) Comment éviter les embouteillages les veilles de départ

19. Economiser.

Il existe deux thèmes très porteurs qui sont parfois négligés bien qu'ils intéressent a priori n'importe quel sujet. Voyons le premier.

Il s'agit des moyens d'économiser de l'argent.

L'idée est de créer un ebook qui explique comment économiser ou complètement supprimer le coût associé à une activité particulière.

Qui hésiterait à acheter un petit rapport à 10 euros quand il laisse entrevoir la possibilité d'économiser 30, 50 ou 100 euros ?

Qui hésiterait à acheter un petit rapport à 10 euros quand il explique comment rendre gratuite une activité habituellement payante ?

Quelques exemples :

- 106) Comment économiser 25% en faisant vos courses aux bons horaires.
- 107) Comment faire une croisière gratuitement
- 108) 7 astuces pour obtenir une réduction sur le prix de la maison de vos rêves
- 109) Comment acheter une voiture systématiquement moins chère
- 110) Votre équipement sportif à bas prix sans perdre en qualité
- 111) La rentrée de vos enfants sans se ruiner

20. Gagner de l'argent.

Il s'agit du deuxième thème porteur, qui explique comment gagner de l'argent en faisant telle ou telle activité habituelle.

Quand vous partagez une passion avec votre audience cible et que vous proposez de gagner de l'argent avec cette passion, croyez-moi, c'est le succès.

- 112) Comment gagner de l'argent avec eBay®
- 113) Comment vendre vos vieux livres sur Ebay®
- 114) Comment vendre vos services informatiques aux entrepreneurs individuels
- 115) Comment gagner de l'argent avec votre passion en devenant auto-entrepreneur
- 116) Comment gagner de l'argent avec votre blog
- 117) Comment gagner de l'argent en écrivant et vendant des ebooks

21. Plus vite, plus facilement.

Il s'agit d'expliquer comment arriver plus vite ou plus simplement à un résultat donné ou à un objectif à atteindre.

- 118) 7 stratégies pour obtenir plus rapidement votre prêt bancaire
- 119) Comment farter vos skis quatre fois plus vite
- 120) Comment perdre 5 kilos deux fois plus vite
- 121) Changez la batterie de votre voiture en 10 minutes (maximum)
- 122) 5 stratégies simples pour atteindre tous vos objectifs
- 123) Comment progresser professionnellement même sans réseau

Conclusion

Ouf – voilà 21 idées pour vos prochains titres et plus de 120 exemples !

...y compris une vraie check-list pour commencer rapidement dans le business des ebooks même si vous partez de zéro.

Juste une chose : **Persévérez dans l'effort.** Créez et écrivez des ebooks...de plus en plus consistants et de plus en plus chers...c'est là que se trouve le secret de la réussite. Vous vendez un ebook à 5 euros...et comme le client le trouve sympathique et utile il achète aussi celui à 15 euros, puis ensuite la formation complète à 99 euros. Et parmi tous ces clients heureux, certains ont suffisamment de pouvoir d'achat pour s'inscrire à vos séances de coaching personnel à 495 euros.

C'est de cette manière que l'on finit par gagner beaucoup d'argent...à partir de petits rapports PDF. ☺

Qu'attendez-vous ?