

0 à 1000 Euros avec Amazon KDP

**Le Guide Complet Étape Par Étape Pour Écrire, Publier Et
Vendre Vos Livres**

Alex Mcthurin

SOMMAIRE

0 à 1000 Euros avec Amazon KDP

Comprendre Amazon KDP

1- Pourquoi l'autoédition séduit de plus en plus ?

Inconvénients de l'édition traditionnelle

Canva L'arme secrète pour des couvertures irrésistibles

KDSPY – un outil de recherche de marché puissant

KDSPY est une extension de navigateur (disponible sur Chrome et Firefox) qui permet d'obtenir, en un clic, des données clés sur les livres déjà publiés sur Amazon :

Book Bolt – Le GPS du créateur de livres KDP

Publisher Rocket – Ton éclaireur personnel sur Amazon KDP

Google Docs : ton carnet d'écriture dans le cloud

Atticus – Écrire et formater son livre comme un pro

CHAPITRE 2 Créer un compte Amazon KDP

CHAPITRE 3 Trouver une niche rentable

CHAPITRE 4 Créer vos premiers livres en low Content

1. Pourquoi créer des journaux et des carnets ?

Niches rentables de journaux et carnets

2. Où trouver des idées de carnets low-content ?

3-1. Choisir le bon format

3-2- Définir les marges de votre intérieur

CHAPITRE 5 Comment créer des livres du médium content

CHAPITRE 6 Comment écrire un livre en 10 jours

Jour 1 : Prépare ton plan et ton environnement

Jour 2 : Écris ton introduction et accroche ton lecteur

Jour 3 : Écris ton premier chapitre avec impact

Jour 4 : Trouver ton rythme d'écriture quotidien

Jour 5 : structurer les chapitres suivants avec clarté

Jour 6 : Surmonter le syndrome de l'imposteur et garder la motivation

Jour 7 : Créer des transitions fluides entre tes chapitres

Jour 8 : Le pouvoir des anecdotes et des exemples concrets

Jour 10 : Préparer la publication et publier sur Amazon KDP

CHAPITRE 7 Comment formater et éditer un livre

7-1. La différence entre l'édition et le formatage

7-2. L'édition : corriger, améliorer, structurer

L'édition structurelle

7-3- Le formatage : pour une mise en page impeccable

7-3-2- Paramétrer les marges et l'interligne

7-3-5. Formatage pour ebook (Kindle)

Étape 1 : Télécharger ton manuscrit

Étape 2 : Choisir les bons mots-clés (très important)

Étape 3 : Choisir les catégories

Étape 4 : Fixer le bon prix

Étape 5 : Optimiser ta fiche produit

Description persuasive (avec HTML)

Étape 6 : Choix des mots-clés SEO (hors Amazon)

Chapitre 8 Publier votre livre

CHAPITRE 9 Stratégies de lancement efficaces

CHAPITRE 10 Analyser tes résultats et t'améliorer

CHAPITRE 11 Promotion gratuite et Amazon Ads

Créer une campagne publicitaire Amazon Ads pour vos livres

1. Vérification de l'éligibilité
2. Accéder à Amazon Advertising
3. Choisir le type de campagne

Caractéristiques principales

Avantages

Création de la campagne:

Ciblage par Amazon

Correspondances internes d'Amazon

Diffusion et collecte de données

Optimisation

2. Choix du ciblage
 - A. Ciblage par mots-clés
 3. Ciblage par produits
4. Enchères
5. Création de l'annonce
6. Lancement et suivi
7. Optimisation

CHAPITRE 12

Diversifier ses revenus

1. Transformer ton ebook en audiobook avec ACX / Audible
- 2-Vendre en dehors d'Amazon
 - 2-1-Gumroad

- 4-Ton propre site web
- 5-Tiktokshop
- Les réseaux sociaux et communautés
- 3.3 Ce qu'il faut éviter
- 3.4 Comment gérer les avis négatifs ?
- 3.5 Utiliser les programmes Amazon pour booster les avis
- 4. Cas pratiques : optimiser votre page KDP avec A+ et les avis
- 5- Gagner des avis avec Pubby
 - Qu'est-ce que Pubby
- 2. Gagner des avis avec Book Bounty
 - Stratégie pour optimiser Book Bounty
- 3. Combiner Pubby + Book Bounty

CHAPITRE 14 Comment générer 1000 euros avec Amazon KDP

[CHAPITRE 15 Éviter les erreurs courantes des débutants](#)

CHAPITRE 16 Les autres plateformes pour publier vos livres

1. Kobo Writing Life
 2. Apple Books
 - Apple a sa propre plateforme de livres numériques : Apple Books, disponible sur iPhone, iPad et Mac.
 3. Google Play Books
 4. Barnes & Noble Press
 5. Smashwords (fusionné avec Draft2Digital)
 6. Lulu
 7. Publier directement chez des libraires locaux
- Ce que tu dois retenir :

Bonus voici les niches les plus rentables



Scanner ce Qrcode

PREAMBULE

Dans un monde où la liberté financière et le travail à distance deviennent des objectifs accessibles, Amazon KDP (Kindle Direct Publishing) s'impose comme une opportunité unique pour tous ceux qui souhaitent créer une source de revenus en ligne sans stock, sans investissement massif, et sans être un écrivain professionnel. Et surtout, pas besoin de créer ton propre site web.

Tu n'as pas besoin d'être un auteur reconnu pour publier en auto-édition sur Amazon. Tu peux déléguer certaines tâches comme l'écriture à un ghostwriter, ou encore confier la création de la couverture et la mise en page intérieure à des freelances qualifiés. Cela te permet de te concentrer sur la stratégie et le développement de ton business.

Ce guide a été conçu pour t'accompagner pas à pas, que tu sois un débutant complet ou que tu aies déjà tenté l'aventure sans succès. Tu y découvriras :

- les étapes essentielles pour publier ton premier livre,
- les outils gratuits qui facilitent la création,
- des stratégies simples mais puissantes pour obtenir tes premières ventes,
- et surtout les erreurs à éviter, celles qui font perdre du temps et parfois même des comptes entiers.

Pour te donner une idée concrète : certains auteurs débutants génèrent 300 à 500 € par mois avec de simples carnets ou journaux, tandis que d'autres, avec une vraie stratégie de contenu et de publicité, atteignent 2 000 € à 10 000 € mensuels. Les résultats varient, mais une chose est certaine : ce business est réel et rentable, à condition d'agir avec méthode.

Que tu veuilles vendre des carnets, des livres de coloriage, des ebooks ou des guides pratiques, tu apprendras ici à transformer une idée toute simple en un produit qui peut se vendre sur Amazon dans le monde entier.

Ce n'est pas un rêve inaccessible. C'est une activité concrète, réalisable, et déjà utilisée par des milliers d'auteurs indépendants. La question n'est pas « est-ce que ça marche ? », mais plutôt « est-ce que tu es prêt à te lancer ? ».

Alors, tourne la page et commence ton voyage. Ton aventure KDP commence aujourd'hui.

Inroduction

L'édition numérique est un game changer dont les livres sont créés, distribués et consommés. Aujourd'hui plus besoin d'envoyer ou de contacter les maisons d'édition traditionnelles pour publier des livres, Amazon KDP (Kindle Direct Publishing) offre une plateforme gratuite permettant aux auteurs de publier leurs œuvres en format électronique, broché, et relié auprès des lecteurs du monde entier.

La publication via KDP vous confère tous les droits sur votre livre, ce qui n'est généralement pas autorisé par une maison d'édition traditionnelle.

Ce livre a été conçu pour vous guider à travers les différentes étapes de publication sur Amazon KDP, aussi en vous montrant qu'il est possible d'écrire dans une durée réduite afin de le publier rapidement. Ce dernier vous fournit des connaissances et un arsenal des outils nécessaires dont vous avez besoin pour réussir dans le monde de l'autoédition. Nous explorerons les avantages d'utiliser Amazon KDP, les meilleures pratiques pour la création et

la publication de livres électroniques et les autres formats comme brochés et reliés et, de plus, des stratégies pour promouvoir vos œuvres et augmenter vos ventes.

Les avantages de publier sur Amazon KDP :

Amazon KDP est gratuit. Il n'y a aucun frais initial pour mettre votre livre en ligne, que ce soit en version Kindle (ebook) ou en format broché (livre papier). Vous ne payez rien pour publier ;

Une fois votre livre publié, il peut commencer à générer des ventes 24 h/24 et 7 j/7, sans que vous ayez besoin d'intervenir. C'est une source de revenus passifs, idéale pour compléter ses revenus ou en faire un véritable business ;

Votre livre sera disponible dans plus de 10 marketplaces Amazon à travers le monde (France, États-Unis, Canada, Royaume-Uni, Japon, Italie, Espagne, Allemagne, etc.), ce qui augmente vos chances de toucher un large public ;

Contrairement à l'édition traditionnelle, avec Amazon KDP, vous gardez 100 % des droits sur votre œuvre. Vous êtes libre de modifier votre contenu, de changer la couverture ou de retirer le livre à tout moment ;

Amazon vous permet de choisir entre deux taux de redevance :

- 70 % pour les ebooks entre 2,99 € et 9,99 €.
- 35 % pour les autres prix ou certains pays.

C'est bien plus que ce que proposent les maisons d'édition classiques.

Pas besoin d'imprimer ou de stocker des livres : Amazon imprime les exemplaires à la demande, uniquement lorsqu'un client commande. Cela vous évite tout investissement dans l'inventaire ;

Vous décidez de tout : le contenu, le titre, la couverture, le prix. Vous êtes libre à chaque étape de la publication ;

Vous pouvez démarrer avec peu ou pas d'argent, tester plusieurs niches, et créer une vraie activité rentable, seul ou avec l'aide d'un ghostwriter, d'un graphiste ou d'un assistant virtuel.

Avant d'aller plus loin, il est important de comprendre les différents formats de livre disponibles sur Amazon KDP.

- **Le livre électronique (ou eBook)** : c'est un format numérique, lisible sur Kindle, smartphone, tablette ou ordinateur. Il ne nécessite pas d'impression, ce qui le rend rapide à publier et accessible partout dans le monde.
- **Le livre broché** : c'est un livre imprimé à la demande avec une couverture souple, similaire à un livre de poche. C'est le format le plus courant pour les livres physiques sur Amazon.
- **Le livre relié** : aussi appelé hardcover, il a une couverture rigide, plus solide et plus élégante. Idéal pour les éditions premium ou les livres destinés à un usage durable.

Que vous cherchiez à publier un roman, un livre de non-fiction, un recueil de poésie, des carnets, des journaux ou tout autre type de contenu, ce guide vous aidera à plonger dans l'univers de l'autoédition et le processus de publication sur Amazon KDP avec succès.

En résumé, Amazon KDP offre une opportunité accessible, simple et puissante pour toutes celles et ceux qui souhaitent publier un livre et générer des revenus en ligne sans expérience préalable, sans gros budget, et avec une liberté totale sur leur contenu.

Dans les pages qui suivent, tu découvriras étape par étape comment te lancer, éviter les pièges courants, et maximiser tes chances de réussite sur cette plateforme.

Que tu sois débutant ou que tu aies déjà une idée de livre, ce guide est fait pour toi.

Alors, prêt(e) à passer à l'action et à créer ta propre source de revenus sur Amazon ? C'est parti.

CHAPITRE 1

Comprendre Amazon KDP

Avant de plonger dans l'univers d'Amazon KDP (Kindle Direct Publishing), il est essentiel de bien comprendre la différence entre deux concepts souvent confondus dans le monde de l'édition : l'autoédition et l'édition traditionnelle (ou classique). Cette distinction est fondamentale pour choisir la voie qui correspond le mieux à tes objectifs.

Dans les lignes qui suivent, vous découvrirez un aperçu clair et structuré pour mieux comprendre le monde de l'édition et les différentes options qui s'offrent aux auteurs d'aujourd'hui.

1- Pourquoi l'autoédition séduit de plus en plus ?

Lorsqu'on parle de l'autoédition, l'auteur prend en charge le processus d'écriture. Ce dernier doit superviser lui-même chacune des étapes de la préparation du texte en vue de sa publication. Souvent, il sera amené à collaborer avec les intermédiaires de son choix, dont le réviseur linguistique,

l'infographiste, l'imprimeur, le diffuseur. Grâce à Amazon, vous pourrez imprimer votre livre sans souci.

Souvent considérée comme l'unique solution pour des auteurs qui n'ont pas su convaincre les maisons d'édition, l'autoédition présente des avantages et des inconvénients :

Autonomie et liberté :

L'auteur qui opte pour l'autoédition garde un contrôle total sur son ouvrage. Il décide librement du titre, du visuel de la couverture, du format, qu'il soit numérique ou imprimé, ainsi que du prix de vente. Cette liberté s'explique par le fait qu'il conserve tous les droits liés à son œuvre ;

Une publication rapide :

En choisissant l'autoédition plutôt que l'édition traditionnelle, les auteurs peuvent profiter d'une publication presque immédiate une fois leur manuscrit terminé. En bonus, les auteurs les plus productifs ont la possibilité de publier autant de livres qu'ils le souhaitent et selon leur propre planning ;

Avec l'autoédition, vous percevrez des revenus ou royalties entre 30 % et 70 % comparé à une maison d'édition traditionnelle.

Cependant, lorsqu'on parle de l'édition traditionnelle, c'était l'unique voie pour publier un livre. Souvent vous devrez soumettre votre manuscrit à une maison d'édition, cette dernière peut accepter ou rejeter votre manuscrit. Si la maison d'édition accepte de publier votre ouvrage, elle vous fera signer un contrat d'édition (sous forme de licence ou de cession), lui permettant d'exploiter une partie de vos droits d'auteur pour une période déterminée. En échange, l'éditeur prend en charge l'ensemble des coûts liés à la production du livre : accompagnement éditorial, relecture, conception de la couverture, mise en page, impression, et parfois même la promotion. En résumé, c'est lui qui gère tout le processus de publication.

En revanche, vous recevez une redevance pour chaque vente, qui varie entre 5 et 15 % du prix de détail suggéré. Vous pouvez aussi obtenir une avance à la signature du contrat, ce qui est plutôt rare dans le monde francophone.

Les avantages de publier avec une maison d'édition traditionnelle :

Le prestige de la maison d'édition : pour qu'un livre soit publié dans une maison d'édition, il a passé un processus rigoureux de sélection.

- L'édition traditionnelle permet à un écrivain d'atteindre les ligues professionnelles : pour être admissibles à la plupart des programmes de subventions ou de mentorat, ou même pour espérer remporter un quelconque prix littéraire, vous devez normalement avoir publié chez un éditeur professionnel reconnu.
- L'édition traditionnelle ne comporte aucun risque financier pour l'auteur : car ce risque, c'est l'éditeur qui l'assume. Si votre livre ne se vendait pas, vous seriez triste, certes, mais vous ne sortirez pas de cette expérience endettée jusqu'au cou.
- L'édition traditionnelle permet à l'auteur d'avoir une présence en librairie : l'éditeur a généralement un contrat avec un distributeur qui s'occupera de placer vos livres en librairie. Pour le format papier, dans le monde francophone, les librairies sont encore la vitrine par excellence. Sans elles, n'espérez pas atteindre votre lectorat. (Pour le numérique, par contre, il y a d'autres options.)

Inconvénients de l'édition traditionnelle

- Les livres n'ont généralement pas une très longue vie : Chaque saison littéraire, de nombreuses nouveautés se bousculent aux portes des

librairies, et les vieux stocks doivent partir. Si un livre de la saison passée ne s'est pas particulièrement démarqué en termes de ventes, il sera tassé pour faire de la place aux nouveaux. Tant pis pour vous. On estime en général que la vie d'un livre en librairie dépasse rarement 3 mois. C'est particulièrement frustrant en sachant que les éditeurs demandent souvent des droits de publication pour 10 ou 20 ans. Ou même parfois pour la vie.

- Les redevances sont dérisoires : si vous ne défrayez aucun coût pour faire éditer votre livre, en revanche, vos redevances seront minuscules. Un écrivain fait généralement 10 % sur le prix de détail d'un ouvrage au format papier. Rien pour se rendre riche, ou même pour rembourser les dépenses encourues par des événements littéraires comme les salons du livre.
- Les redevances sont dérisoires : si vous ne défrayez aucun coût pour faire éditer votre livre, en revanche, vos redevances seront minuscules. Un écrivain fait généralement 10 % sur le prix de détail d'un ouvrage au format papier. Rien pour se rendre riche, ou même pour rembourser les dépenses encourues par des événements littéraires comme les salons du livre.

Bref, le choix entre l'autoédition et l'édition traditionnelle dépend de vos objectifs, de votre autonomie et du niveau de contrôle que vous souhaitez avoir sur votre livre. Si vous aimez garder la main sur tous les aspects du contenu à la couverture en passant par le prix, l'autoédition via des plateformes comme Amazon KDP est idéale. En revanche, si vous préférez être entouré d'une équipe éditoriale et profiter de l'expérience d'un éditeur, l'édition traditionnelle peut être une meilleure option. L'un vous donne de la liberté et des revenus plus élevés, l'autre vous apporte un accompagnement professionnel et une reconnaissance potentielle dans le monde littéraire. L'essentiel est de choisir le modèle qui correspond le mieux à votre profil d'auteur et à vos ambitions. Dans ce livre, nous allons plébisciter l'autoédition.

2- Les types de contenus à publier sur Amazon KDP

Avec Amazon KDP, vous pouvez publier différents types de contenus : Les livres du low content (livres à faible contenu) vont avoir un contenu moins élaboré, avec moins de texte, et donc plus rapide à créer. Il s'agit par exemple de carnets ou journaux à remplir, de cahiers d'exercices, de livres de coloriage, de planificateurs, de calendriers, de livres d'activités, etc.

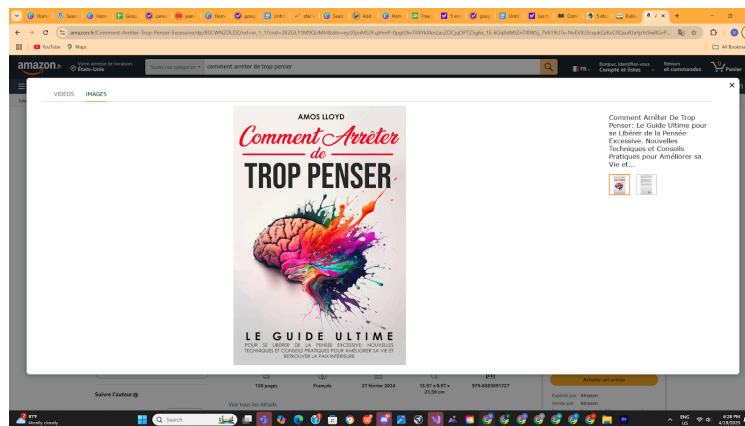


Les livres medium content (livres de contenus moyens) contiennent des éléments plus structurés, comme des cahiers d'activités, des livres d'exercices, des manuels de dessin, ou des livres pour enfants mêlant texte et illustrations.



Les livres du high content (livres à contenu riche) sont des ouvrages plus riches en texte comme les romans, guides pratiques, biographies, essais ou

livres de développement personnel. Choisir le bon type de contenu dépend de votre objectif, du temps que vous voulez y consacrer, et de la stratégie que vous adoptez pour générer des revenus sur KDP.



3- Les outils nécessaires pour réussir sur Amazon KDP

Les livres du high content (livres à contenu riche) sont des ouvrages plus riches en texte comme les romans, guides pratiques, biographies, essais ou livres de développement personnel. Choisir le bon type de contenu dépend de votre objectif, du temps que vous voulez y consacrer, et de la stratégie que vous adoptez pour générer des revenus sur KDP.

Canva L'arme secrète pour des couvertures irrésistibles

Imagine un auteur qui a une histoire incroyable... mais une couverture qui n'attire personne. Ce serait comme un plat délicieux servi dans une vieille assiette sale. Sur Amazon KDP, la première impression compte énormément, et Canva est là pour ça.

Canva est un outil de design graphique gratuit (avec une version Pro), facile à utiliser, même si tu n'as aucune compétence en graphisme. Il propose des modèles prédéfinis pour les couvertures de livres, que tu peux personnaliser en glissant simplement tes images, titres, sous-titres, et couleurs.

KDSPY – un outil de recherche de marché puissant

KDSPY est une extension de navigateur (disponible sur Chrome et Firefox) qui permet d'obtenir, en un clic, des données clés sur les livres déjà publiés sur Amazon :

- Classement des meilleures ventes (Best Sellers Rank)
- Revenus estimés par mois
- Nombre de pages
- Prix de vente

- Mots-clés utilisés
- Niveau de concurrence dans une niche.

Pourquoi c'est utile ?

KDSPY évite de publier à l'aveugle. En analysant les tendances et la performance des autres livres, vous pouvez choisir des thématiques à forte demande et faible concurrence, ce qui augmente vos chances de succès.

Book Bolt – Le GPS du créateur de livres KDP

Imaginez un chasseur de trésors sans carte ni boussole... Il tourne en rond, perd du temps, et rentre les mains vides. C'est exactement ce que vit un auteur KDP qui ne connaît pas les bons mots-clés, niches ou formats.

Book Bolt, c'est la boussole et la carte qu'il te faut pour partir à la conquête du marché Amazon KDP.

Book Bolt est un outil en ligne dédié aux créateurs de low content et medium content books comme les carnets, planners, cahiers d'activité, livres de coloriage, etc.

Les avantages :

- Trouver les idées de livres qui se vendent déjà bien.
- Optimiser tes titres et descriptions avec les bons mots-clés.
- Gagner du temps avec des modèles prêts à l'emploi.
- Créer des carnets et planners en quelques clics.

Pourquoi Book Bolt ?

Parce que publier sans faire de recherche, c'est comme tirer des flèches les yeux fermés. Avec Book Bolt, tu crées stratégiquement, en visant des niches rentables et peu concurrentielles.

Pourquoi Helium 10 ?

Parce qu'un bon livre mal référencé, c'est comme un chef-d'œuvre caché dans une grotte. Grâce à Hélio 10, tu donnes à ton livre la visibilité qu'il mérite, et tu te places devant les yeux des bons lecteurs.

Publisher Rocket – Ton éclaireur personnel sur Amazon KDP

Pourquoi l'utiliser ?

- Tu gagnes du temps en ciblant directement les niches rentables.
- Tu évites les sujets trop compétitifs où tu n'as aucune chance de te démarquer.
- Tu augmentes tes chances de vente dès le lancement.

Publisher Rocket n'écrit pas ton livre, mais il te montre où le marché a faim. Tu n'écris plus au hasard, tu crées des livres qui répondent à une demande réelle.

Google Docs : ton carnet d'écriture dans le cloud

Imagine un écrivain qui transporte constamment son cahier, risquant de le perdre ou de l'oublier à la maison. Avec Google Docs, tu écris partout, tout le temps, sans risquer de perdre une seule ligne. C'est comme avoir un cahier magique qui te suit partout dans le monde, sauvegarde automatiquement ton travail, et te permet même de collaborer avec d'autres.

Qu'est-ce que Google Docs ?

C'est un traitement de texte gratuit en ligne, fourni par Google, qui te permet d'écrire ton livre, de le sauvegarder automatiquement et d'y accéder depuis n'importe quel appareil connecté à internet.

Fonctionnalités clés :

- Écriture fluide, propre et professionnelle.
- Sauvegarde automatique.
- Collaboration possible avec un correcteur ou ghostwriter.
- Compatible avec les formats acceptés par KDP (export en .docx ou .pdf).

Pourquoi l'utiliser ?

- Tu peux écrire n'importe où, même en déplacement.
- Tu n'as plus peur de perdre ton travail grâce à la sauvegarde automatique.
- Tu partages facilement ton texte avec un correcteur ou un designer.

Google Docs est ton studio d'écriture numérique. Gratuit, fiable, simple : un outil incontournable pour tout auteur sur Amazon KDP, que tu débutes ou que tu sois déjà en train de publier ton 10^e livre.

Atticus – Écrire et formater son livre comme un pro

Imaginez un auteur qui doit jongler entre Google Docs pour écrire, puis Word pour formater, puis chercher un designer pour mettre en page... C'est long, parfois compliqué. Atticus, c'est comme une boîte à outils tout-en-un : tu écris, tu formates et tu exportes ton livre prêt pour KDP – le tout dans un seul et même espace.

Atticus est un logiciel de traitement de texte et de mise en page spécialement conçu pour les auteurs autoédités. Il fonctionne sur navigateur ou application, et permet de rédiger, formater et exporter ton livre pour Kindle ou version brochée sans difficulté.

- Éditeur de texte simple et épuré
- Modèles de mise en page professionnels
- Formatage automatique pour eBook (.epub) et broché (.pdf).
- Fonctionne sur Windows, Mac, Linux et Chromebook.
- Compatible avec Amazon KDP, IngramSpark et autres plateformes.

Pourquoi l'utiliser ?

- Tu gagnes un temps fou entre l'écriture et la mise en page.
- Tu obtiens un résultat professionnel, sans être graphiste.

- C'est un outil complet, qui t'évite d'acheter plusieurs logiciels.

Si tu veux un outil tout-en-un pour écrire et formater rapidement tes livres pour Amazon KDP, Atticus est une excellente alternative à Scrivener ou Vellum. C'est un investissement unique qui te fera gagner du temps à chaque publication.

Dans ce chapitre, nous avons exploré une étude comparée entre l'autoédition et l'édition traditionnelle en illustrant les avantages et aussi les inconvénients. Nous avons ensuite découvert les différents types de contenus que l'on peut publier sur Amazon KDP, allant des livres à faible contenu aux ouvrages du high content. Enfin, nous avons vu l'importance de s'équiper des bons outils, gratuits ou payants, pour maximiser ses chances de succès sur la plateforme. Une bonne compréhension de ces bases vous permettra d'aborder Amazon KDP avec stratégie et confiance.

CHAPITRE 2

Créer un compte Amazon KDP

Avant de pouvoir publier et vendre vos livres sur Amazon, vous devez disposer d'un compte Kindle Direct Publishing (KDP). Ce processus est simple, gratuit, et ne prend que quelques minutes. Dans ce chapitre, nous allons vous guider étape par étape pour créer votre compte Amazon KDP, tout en vous expliquant les points essentiels à ne pas négliger pour démarrer dans les meilleures conditions.

Première étape, Vous devez posséder un compte Amazon standard. Si vous achetez déjà sur Amazon, alors vous avez déjà ce compte. Sinon, rendez-vous sur <https://www.amazon.fr/> et cliquez sur “Créer un compte”. Utilisez une adresse e-mail valide et choisissez un mot de passe sécurisé.

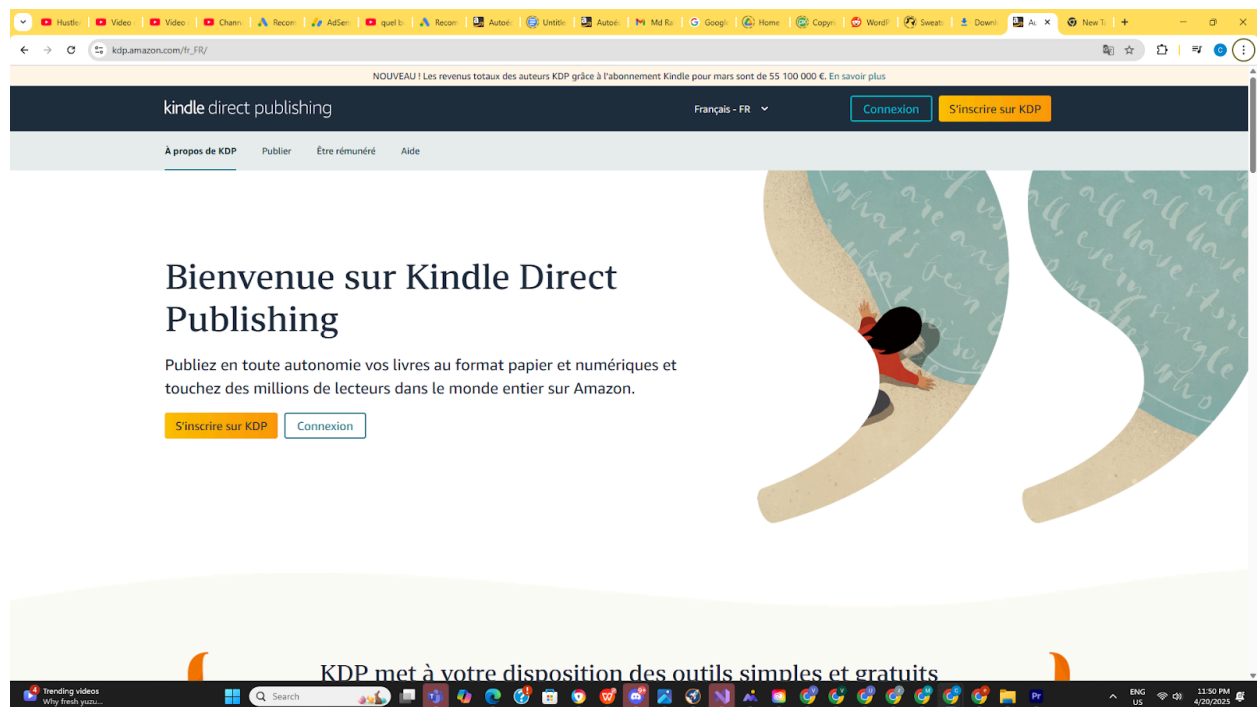
Deuxième étape, avant que vous vous inscriviez sur Amazon KDP, il y a quelques documents que vous devrez posséder :

Une pièce d'identité ou un passeport valable ;

Vos coordonnées bancaires et BIC/Swift (vous trouvez ces informations sur votre compte bancaire) ;

Ton numéro fiscal pour les résidents français est sur la déclaration d'impôts. Cependant, si vous vivez hors des États-Unis, remplissez le formulaire W-8BEN.

Troisième étape : débiter le processus d'inscription d'Amazon KDP, veuillez vous rendre sur le site suivant : <https://kdp.amazon.fr>



Ensuite, cliquez sur S'inscrire, remplissez votre nom complet (pas de pseudonyme), une adresse e-mail que vous allez consulter régulièrement. Une fois que vous aurez fourni vos informations, Amazon vous enverra un code de confirmation sur votre téléphone.

Troisième étape : configuration de votre compte Amazon KDP

C'est à cette étape que tu actives ton compte pour recevoir des paiements. Rends-toi dans la section « Votre compte » et entre ces deux informations essentielles :

- Ajoute ton compte bancaire : Saisis tes coordonnées IBAN et BIC. Si tu prévois de vendre dans plusieurs devises (comme l'euro et le dollar), tu peux enregistrer plusieurs comptes afin d'éviter les frais de conversion.
- Complète le formulaire fiscal : si tu résides en France, il te faudra rentrer ton numéro fiscal (que tu trouveras sur ta déclaration d'impôts). Cela permet d'éviter la retenue automatique de 30 % sur tes revenus. Grâce à l'accord fiscal entre la France et les États-Unis, ce taux peut être réduit à 0 % !

amazon.com/ap/register?openid.return_to=https%3A%2F%2Fkdp.amazon.com%2Fbookshelf%2Fopenid.identity=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier_select&openid.assoc_handle=amzn_dp&openid.mode=checki...

kindle direct publishing

Créer un compte

Votre nom

Prénom et nom

E-mail

Mot de passe

Au moins 6 caractères

Les mots de passe doivent au moins avoir 6 caractères.

Entrez le mot de passe à nouveau

Créer votre compte KDP

Lorsque vous créez un compte, vous acceptez les [Conditions d'utilisation](#) d'Amazon. Vous trouverez ici l'avis de confidentialité qui vous concerne.

Vous possédez déjà un compte ? [Connexion](#)

Conditions générales de KDP Conditions d'utilisation Déclaration de confidentialité Aide

© 1996-2025, Amazon.com Inc. ou ses affiliés

387 Mostly clear

Search

ENG US 11:54 PM 4/28/2025

Comprendre les royalties et les droits d'auteur

Quand vous publiez sur Amazon KDP, vous avez le choix entre deux taux de royalties :

- 35 % : ce taux s'applique si vous vendez dans certains pays ou si votre prix est inférieur à 2,99 \$.
- 70 % : ce taux est applicable pour la plupart des pays si vous vendez entre 2,99 \$ et 9,99 \$ et respectez certaines conditions.

Nous parlerons en détail des stratégies de tarification dans un prochain chapitre.

Amazon peut vous demander, à tout moment, de vérifier votre identité :

- Envoi d'un document d'identité (carte d'identité ou passeport).
- Preuve de votre adresse (facture, relevé bancaire).

Pensez également à activer la double authentification (2FA) pour sécuriser votre compte contre les piratages.

Une fois toutes ces étapes terminées, vous êtes prêt à publier votre premier livre ! Le tableau de bord KDP vous propose désormais :

- Créer un nouveau livre Kindle
- Créer un livre broché.
- Gérer vos publications et vos rapports de ventes.

CHAPITRE 3

Trouver une niche rentable

La niche est l'une des étapes cruciales pour réussir sur Amazon KDP.

Dans ce chapitre, nous allons découvrir c'est quoi une niche, ensuite pourquoi elle est si importante, enfin nous allons illustrer différentes méthodes et stratégies afin de dominer la compétition et maximiser vos chances de réussite.

Une niche correspond à un segment de marché où les auteurs se positionnent pour mieux cibler leur audience.

Lorsqu'il s'agit de sélectionner une niche, les auteurs doivent tenir compte de leur domaine d'expertise ou de passion en analysant la demande du marché et le niveau de concurrence.

Pourquoi le choix d'une niche est crucial avant d'écrire votre livre :

- Une audience ciblée qui recherche activement ce que vous proposez ;
- Une concurrence réduite, ce qui permet de vous démarquer plus facilement ;

- Maximiser plus de ventes et de revenus dans le long terme ;

Voici quelques niches les plus demandées sur Amazon :

Développement personnel ;

Finance et investissement ;

Recettes de cuisine ;

Bricolage et artisanat ;

Développement des enfants ;

Minceur et fitness ;

Bien-être et détente ;

Voyage et tourisme ;

Croissance professionnelle ;

Parentalité ;

Religions et spiritualité

Maintenant que vous avez une meilleure compréhension que c'est une niche, plongeons dans la partie excitante et pratique : comment trouver une niche pour votre premier livre.

La première méthode: utiliser Google Trends

Pour débiter, ouvrez une page Google et allez sur la barre de recherche, veuillez taper ce lien : <https://trends.google.fr/tr>.

Une idée de base commence par une catégorie de livres qui t'intéresse ou dans laquelle tu as des compétences ou de l'expérience.

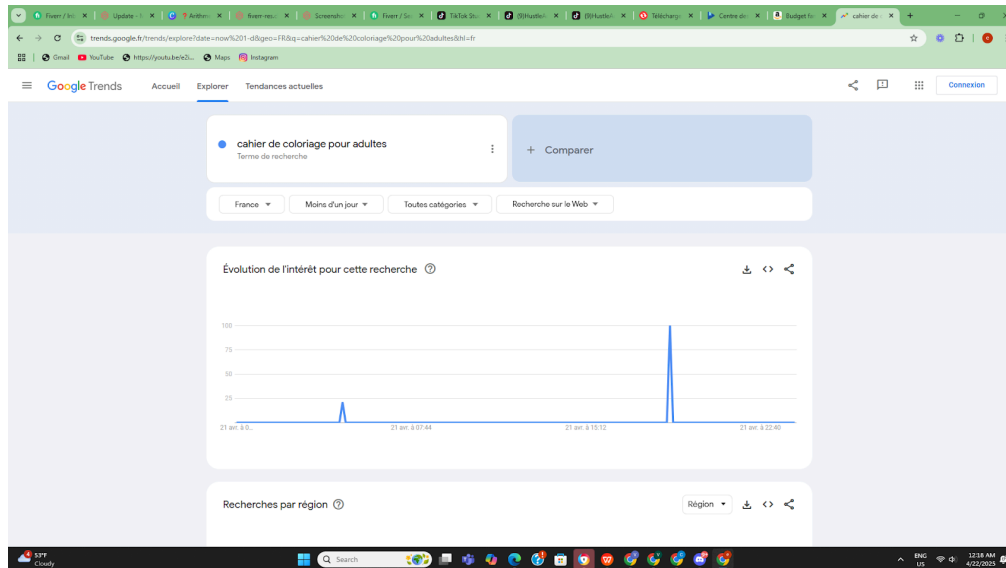
Par exemple : journal de gratitude, livre de coloriage pour enfants, planner fitness, recettes végétariennes, Guide de l'investissement immobilier pour débutants.

Filtrez votre marché cible, par exemple USA, Canada ou France, etc. Observe le graphique :

Une courbe stable ou en hausse est un bon signe.

Une courbe qui chute fortement = niche risquée ou saisonnière.

Dans notre cas, nous allons nous baser sur le marché français et américain.



Si tu vois une tendance régulière ou croissante sur l'année, c'est un bon signal, tu peux ajouter jusqu'à 5 idées pour voir laquelle est la plus populaire. Exemple : journal de gratitude, de fitness, ou de budget familial, journal de gratitude pour ados.

Google Trends te montre les pays ou régions où la recherche est populaire.

C'est utile si tu vises un public anglophone (États-Unis, Canada, Royaume-Uni, etc.).

En bas, regarde les requêtes associées. Tu y trouveras d'autres niches à explorer. Parfois, ces suggestions montrent des mots-clés qui explosent en popularité.

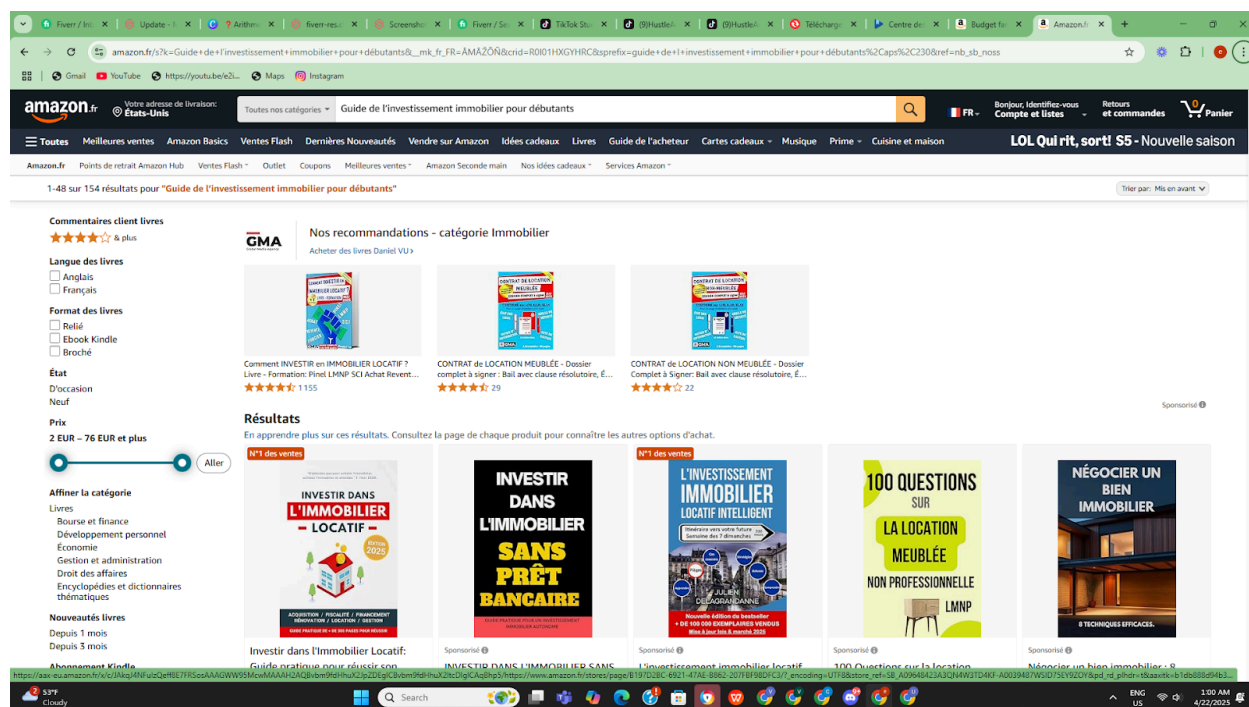
Un mot-clé est un terme ou une phrase que les lecteurs tapent pour trouver un livre qui correspond à leur besoin.

Par exemple :

Si ton livre parle de recettes rapides, un mot-clé pourrait être : "recettes faciles pour le soir".

Si tu as un cahier d'activités pour enfants, un mot-clé pertinent serait : cahiers d'écriture pour enfants 6-8.

Rendez-vous sur la barre de recherche d'Amazon et tapez une expression comme "Guide de l'investissement immobilier pour débutants".



Observez le volume de résultats : un volume modéré indique une concurrence raisonnable. Idéalement, la niche doit comporter au moins deux ou trois best-sellers, accompagnés d'autres livres qui tentent de se faire une place.

Ensuite, lisez attentivement les commentaires des best-sellers : notez ce que les lecteurs apprécient et ce qu'ils critiquent. Ces informations sont précieuses pour vous aider à créer un livre qui répond mieux aux attentes du public et se démarque réellement de la concurrence.

Pourquoi c'est une bonne méthode ?

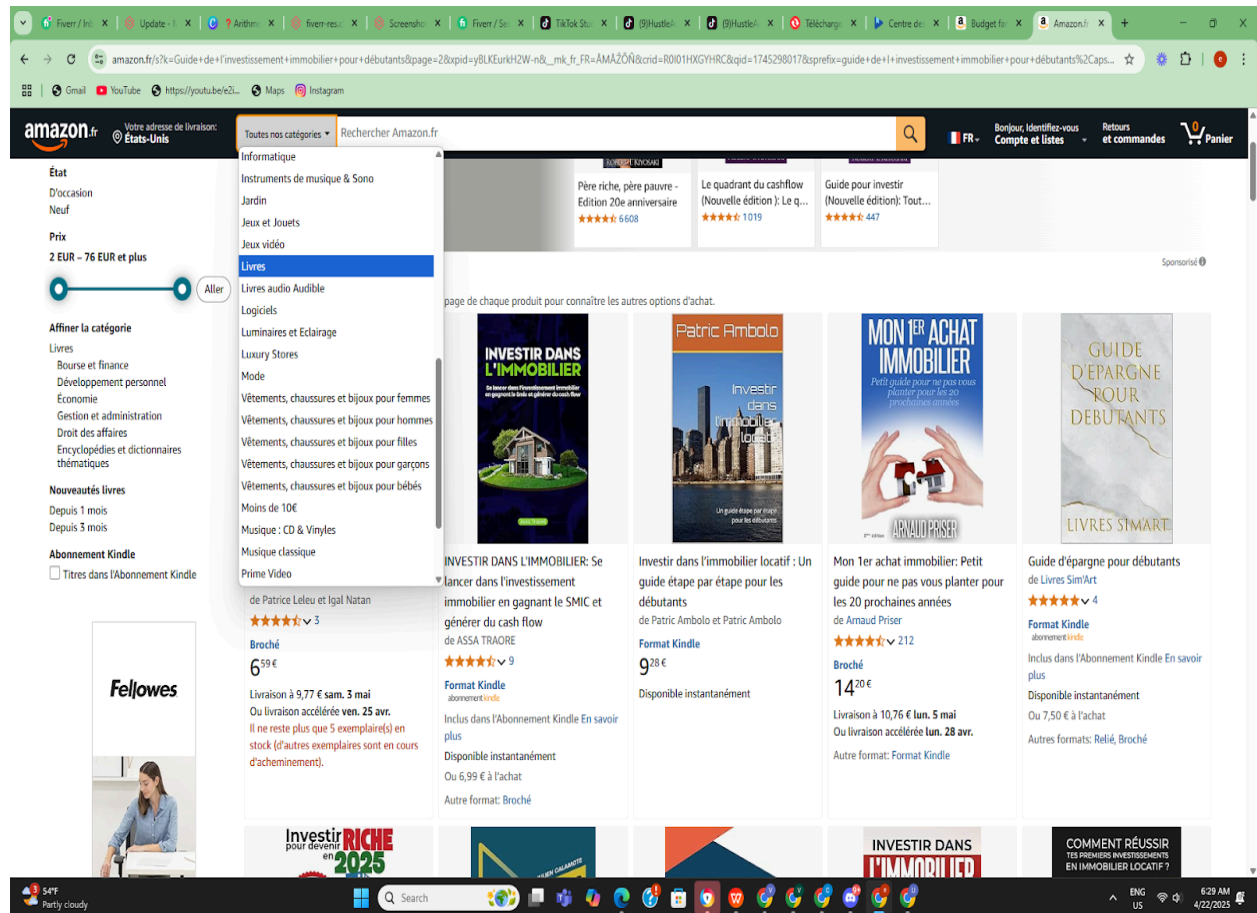
- Elle vous connecte directement au marché réel (les recherches et les avis)
- Elle permet de repérer des opportunités d'amélioration concrètes.
- Elle s'appuie sur des données accessibles gratuitement.

La méthode : se familiariser avec Amazon

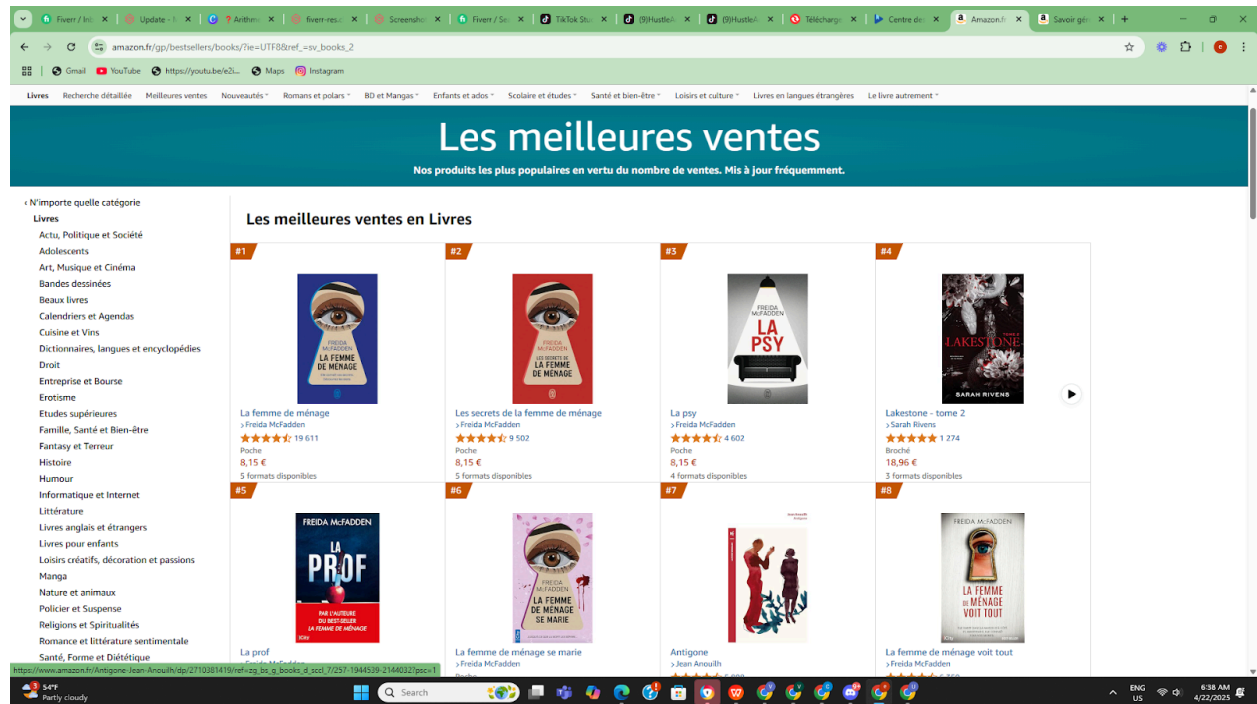
Se familiariser avec la barre de recherche est l'une des meilleures méthodes pour trouver des niches rentables.

Première étape : allez sur Amazon, tapez sur votre navigateur amazon.fr ou amazon.com (pour le marché américain).

Assurez-vous que vous êtes sur toutes nos catégories, cliquez sur le petit menu déroulant, cherchez livres et cliquez dessus.



Ensuite cliquez sur meilleures ventes et naviguez par catégories à votre gauche pour trouver des inspirations que vous pouvez créer.



Lorsque vous trouvez une idée de niche, rendez-vous sur la barre de recherche et tapez le mot-clé correspondant.

Par exemple, si vous choisissez la niche « investissement », analysez le volume de recherche :

Volume élevé : cela signifie qu'il y a une forte demande, mais aussi une concurrence importante. Vous avez alors deux options :

- Vous positionner directement sur ce mot-clé.

- Sous-nicher, c'est-à-dire cibler un segment plus précis (par exemple : Guide pratique de l'investissement immobilier pour débutants).

Attention toutefois à ne pas trop sous-nicher, au risque de tomber dans une niche sans demande réelle.

- Volume faible : vous pourrez vous positionner plus facilement, mais veillez à vérifier qu'il existe tout de même une demande minimale.

Enfin, analysez les bestsellers : regardez le nombre d'avis clients. Évitez les niches où les bestsellers dépassent déjà les 3 000 à 10 000 avis, car la concurrence y sera trop féroce.

La méthode : analyser les produits sponsorisés

Espionner les produits sponsorisés de vos concurrents peut être une méthode puissante pour dénicher les niches rentables sur Amazon. Ces livres sont mis en avant grâce à la publicité payante d'Amazon Ads et indiquent généralement une chose : l'auteur ou l'éditeur investit de l'argent pour apparaître sur la première page en fonction du mot clé.

Par exemple, rendez-vous sur la barre de recherche d'Amazon, tapez livre de gratitude pour seniors, garçons, filles ou ados.

En observant les types de livres sponsorisés dans votre catégorie, vous pouvez identifier des thèmes qui génèrent suffisamment de ventes pour justifier une campagne publicitaire. C'est une forme de validation indirecte du marché.

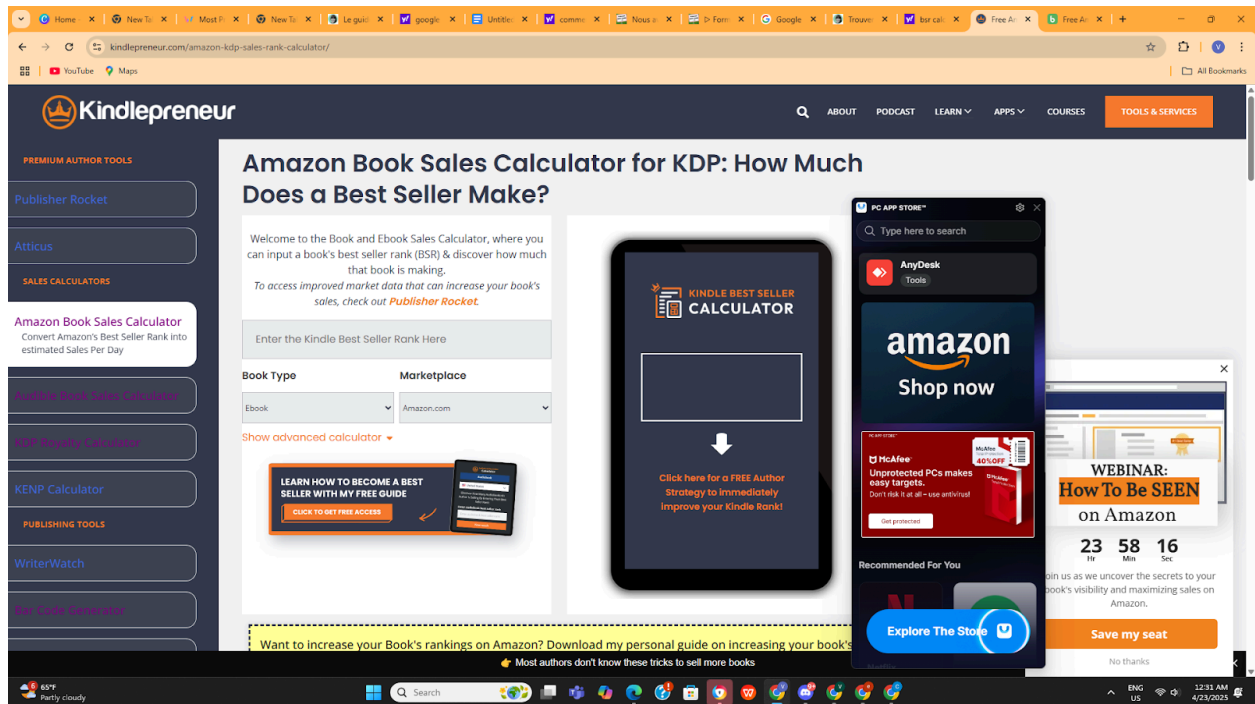
Recueillez les données dans un tableau Excel ou Notion.

Créez un tableau avec les colonnes suivantes : Mot-clé – Titre du livre – Sponsorisé (oui/non) – Niche – BSR – Nombre d'avis – Date de publication – Prix.

Cela vous permettra de repérer les tendances et de comparer les performances.

Le BSR signifie Best Sellers Rank (ou Classement des Meilleures Ventes en français). C'est un indicateur clé sur Amazon pour savoir à quel point un livre se vend bien. Plus le chiffre est bas, plus le livre se vend bien.

Généralement votre niche le BSR doit être comprise entre 0-80000, au-dessus de 80 000 le livre ne génère pas de ventes.



Dans la première case, veuillez entrer le BSR, en deuxième choisir le format du livre (ebook, papier ou relié) et en troisième choisir le marché (USA, France ou Canada). Vous aurez une idée du nombre de livres qui sont vendus par jour.

Pour trouver rapidement le BSR des livres, vous pouvez installer Amazon DS Quick View pour identifier les BSR des livres plus rapidement. Voici le lien.

https://chromewebstore.google.com/detail/ds-amazon-quick-view/jkompblli_maoekaogchhkmkdogpkhojg

Exploiter la tendance de l'actualité pour dénicher des niches KDP

S'appuyer sur les tendances d'actualité ou les événements récents est un excellent moyen de surfer sur une demande naissante et d'anticiper les besoins de votre audience. Quand un sujet fait la une (série TV, phénomène viral, grande actualité, sortie de film, tendance santé...), des lecteurs cherchent immédiatement des ouvrages ou des supports complémentaires (guides, cahiers d'activités, journaux thématiques...). Voici comment procéder :

1. Surveiller les sources de tendances.

- Abonnez-vous à Google Trends, Exploding Topics ou Trend Hunter pour repérer les sujets en forte progression.
- Suivez les hashtags populaires sur Twitter, Instagram et TikTok (ex. : #écologie, #bien-être, #mindfulness).
- Consultez les rubriques “Actualité” de grands médias (Le Monde, Libé, Konbini) et notez les sujets récurrents.

2. Valider l'intérêt via les mots-clés Amazon.

- Sur Amazon KDP, entrez les termes identifiés dans la barre de recherche (ex. : “journal antistress post-covid”, “cahier écoresponsable”).
- Utilisez l’autocomplete Amazon pour voir les suggestions automatiques et jauger la popularité des requêtes.

3. Analyser la concurrence et la demande.

- Repérez si des livres existent déjà et notez leur BSR, nombre d’avis et date de publication.
- Mettez en parallèle vos données avec un outil comme Publisher Rocket pour obtenir le volume de recherche exact et la concurrence.

4. Développer un concept orienté tendance.

- Proposez un angle original : cahier d’exercices, journal de bord, guide illustré, méditations thématiques...

- Intégrez des éléments actuels (statistiques, citations récentes, visuels évoquant l'événement).

5. Tester rapidement votre idée.

- Créez une landing page ou un mini ebook gratuit sur ce sujet pour mesurer les inscriptions ou téléchargements.
- Lancez une petite campagne Amazon Ads ciblée sur ces mots-clés pour voir si le taux de clic et le taux de conversion sont encourageants.

6. Itérer et élargir.

- Si la niche réagit bien, déclinez en formats annexes (grand format, version enfant, agenda thématique).
- Restez vigilant aux nouvelles évolutions : un sujet d'actualité peut évoluer rapidement, soyez prêt à adapter votre offre.

Trouver une niche rentable avec KDSPY

KDSPY est une extension Chrome conçue pour les auteurs et éditeurs sur Amazon afin d'analyser la performance des livres concurrents. Sur Amazon, le choix des mots clés et des niches est important. Une bonne niche combine un faible niveau de concurrence et un volume de recherche élevé.

L'utilisation de l'outil n'exige pas d'avoir des compétences avancées, très simple à utiliser. Une fois installé, voici le lien pour installer cette extension : <https://www.kdsPY.com/>.

Sélectionner votre marché, par exemple (amazon.fr), vérifier les indicateurs colorés (vert, orange, rouge) pour évaluer rapidement la pertinence d'une niche ou d'un mot clé.

Pour savoir si une niche vaut la peine d'être exploitée, le premier indicateur de couleur démontre la concurrence : combien de livres existent déjà dans cette niche ? Le deuxième indicateur montre le volume de recherche, c'est-à-dire quelle est la demande pour un mot-clé ou cette niche. Le

troisième indicateur montre la rentabilité : en gros, quels sont les revenus qui peuvent être générés par cette niche ?

The image shows a screenshot of a web browser displaying Amazon France search results for the keyword "guide pour épargner d'argent". The search results show 44 results, with the top results being books. The Amazon page includes filters for language (Français), format (Kindle, broché), and price (2 EUR - 26 EUR et plus). The KDSPY tool interface is overlaid on the right side of the Amazon page, showing a table of search results with columns for Rank, Title, Length, Price, Est. Mo. Sales, Est. Mo. Rev., Reviews, and Sales Rank. The table lists 19 books, with the top result being "Guide pour épargner de l'argent" by Julien Delagrègne, ranked 1st with 62 reviews and an estimated monthly revenue of €11.36. The KDSPY tool also shows a "Total Monthly Rev" of €0 and a "Popularity Potential" of 100%.

Rank	Title	Length	Price	Est. Mo. Sales	Est. Mo. Rev.	Reviews	Sales Rank
1	Guide pour épargner de l'argent	62	€11.36	0	€0	62	1
2	INVESTISSEZ VOTRE ÉPARGNE ! Le livr	534	€29.98	0	€0	0	329
3	Maîtriser L'Argent: Le Guide Ultime pour G.	81	€9.99	0	€0	0	0
4	Guide d'épargne pour débutants	89	€33.18	0	€0	4	0
5	Gérer son argent. Le petit guide de l'épargn	107	€13.9	0	€0	23	0
6	Prenez votre argent en main - Meux gérer	296	€17.96	0	€0	190	0
7	Comment gérer son argent. Le guide pour s.	108	€14.12	0	€0	0	0
8	Comment Gérer et investir son Épargne: A.	247	€15.5	0	€0	0	0
9	Votre Argent Complet: Le guide ultime pou	174	€16.97	0	€0	0	0
10	Sauvez votre argent ! Mon régime santé p.	160	€2.7	0	€0	90	0
12	L'argent de votre Livret A est-il encore G	44	€15	0	€0	0	0
13	Épargne 3.0	693	€12.1	0	€0	1 641	0
14	7 ETAPES POUR L'INFLATION RÉUSSIR A L'EP	84	€21.94	0	€0	0	0
17	Le livre de l'épargne. 50 techniques pour	96	€5.67	0	€0	0	0
18	Stratégies efficaces pour économiser de l'a	53	€8.5	0	€0	1	0
19	L'argent de votre Livret A est-il encore G	44	€15	0	€0	0	0

KDSPY est un excellent allié pour commencer dans la recherche des niches et des mots clés sur Amazon. En plus, cet outil transforme la recherche de niche d'un travail manuel fastidieux en un temps record et chiffre, en vous aidant à choisir les meilleures opportunités sur Amazon KDP.

Dans ce chapitre, nous avons abordé ce qu'est une niche, pourquoi elle est si importante, ensuite nous avons illustré plusieurs méthodes pour dénicher une niche à fort potentiel. De plus, nous avons découvert comment KDSPY, une

extension Chrome simple à installer, vous permet d'identifier en un coup d'œil les niches à fort potentiel sur Amazon KDP. En combinant trois indicateurs colorés – concurrence, volume de recherche et rentabilité –, vous saurez à chaque instant si un mot-clé ou une catégorie mérite votre investissement. KDSPY transforme une recherche fastidieuse en un processus rapide et chiffré.

Rappelez-vous : trouver une vraie niche rentable demande du temps, de la persévérance et un sens de créativité. En croisant l'usage de KDSPY avec les autres méthodes gratuites et payantes évoquées précédemment, vous maximisez vos chances de réussite. À vous maintenant de tester ces outils, d'affiner vos hypothèses, et de lancer votre premier projet KDP avec confiance !

CHAPITRE 4

Créer vos premiers livres en low Content

Les livres low-content peuvent être une excellente initiative pour plonger dans l'univers d'Amazon KDP et débiter votre aventure en tant qu'auteur.

Dans un chapitre précédent, nous avons évoqué ce type de livres, qui se caractérisent par un contenu limité. Leur création rapide vous permet d'expérimenter sans attendre.

Exemples : carnets, planners, agendas, blocs-notes, calendriers ou encore journaux.

Cependant, il est important de garder à l'esprit que les niches low-content sont souvent saturées. La concurrence y est forte, car ces livres demandent peu de temps de production.

Dans ce chapitre, je vais vous partager des niches à fort potentiel que vous pouvez tester pour générer vos premiers revenus sur Amazon KDP.

1. Pourquoi créer des journaux et des carnets ?

Pour démarrer sur Amazon KDP, les journaux et carnets constituent une excellente porte d'entrée dans l'autoédition.

De nombreux auteurs débutants réussissent en commençant par ce type de livre. Cela leur permet de se familiariser avec la plateforme tout en gagnant en confiance.

Ces livres sont simples à concevoir, car ils nécessitent peu ou pas de contenu écrit. L'essentiel est d'identifier des niches peu concurrentielles et d'ajouter votre touche créative afin de vous démarquer et d'éviter de disparaître dans l'océan de livres invisibles.

Très populaires, carnets et journaux répondent à de nombreux usages :

- Développement personnel.
- Organisation quotidienne
- Cadeaux pour des occasions spéciales (anniversaires, Noël, rentrée scolaire, etc.).

Niches rentables de journaux et carnets

- Agenda de poche 2025 pour famille organisée.
- Agenda journalier 2025
- Maman, raconte-moi ton histoire.
- Papa, raconte-moi ton histoire.

- Tonton, raconte-moi ton histoire.
- Agenda minceur 90 jours
- Carnet de budget familial
- Carnet de gratitude pour femmes enceintes.
- Carnet de liaison pour assistante maternelle.
- Carnet de recettes personnalisable pour nouveau-nés.
- Cahier de réservation restaurant 2025
- Carnet de suivi vétérinaire.

Conseil : privilégiez toujours les niches qui répondent à des besoins essentiels : finance, santé, développement personnel. Ce sont des marchés durables qui attirent continuellement de nouveaux lecteurs et génèrent de solides ventes.

2. Où trouver des idées de carnets low-content ?

Trouver des idées de carnets et de journaux peuvent sembler difficile au départ. Pourtant, avec les bonnes méthodes, c'est simple.

Stratégie 1 : espionner les best-sellers

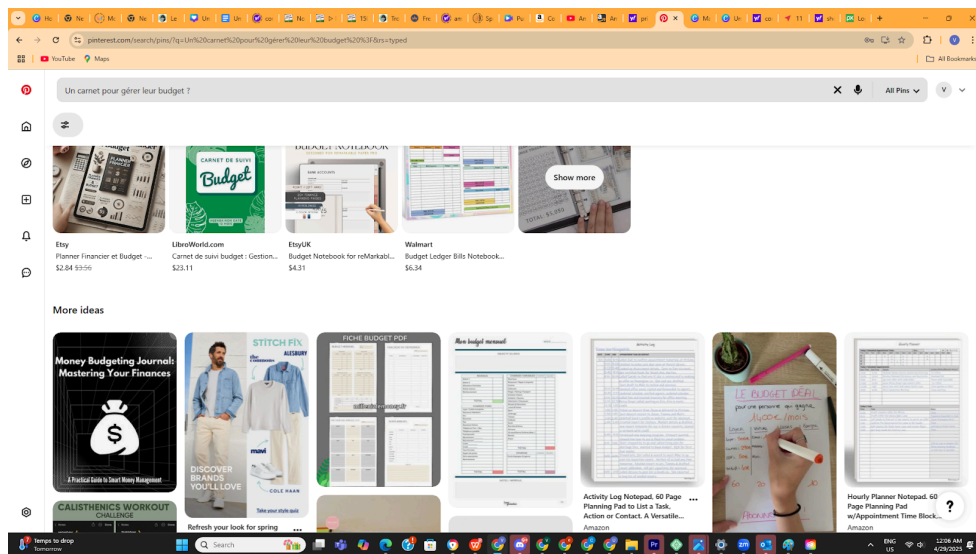
- Analysez les meilleures ventes sur Amazon.
- Observez les intérieurs, les formats, les présentations.

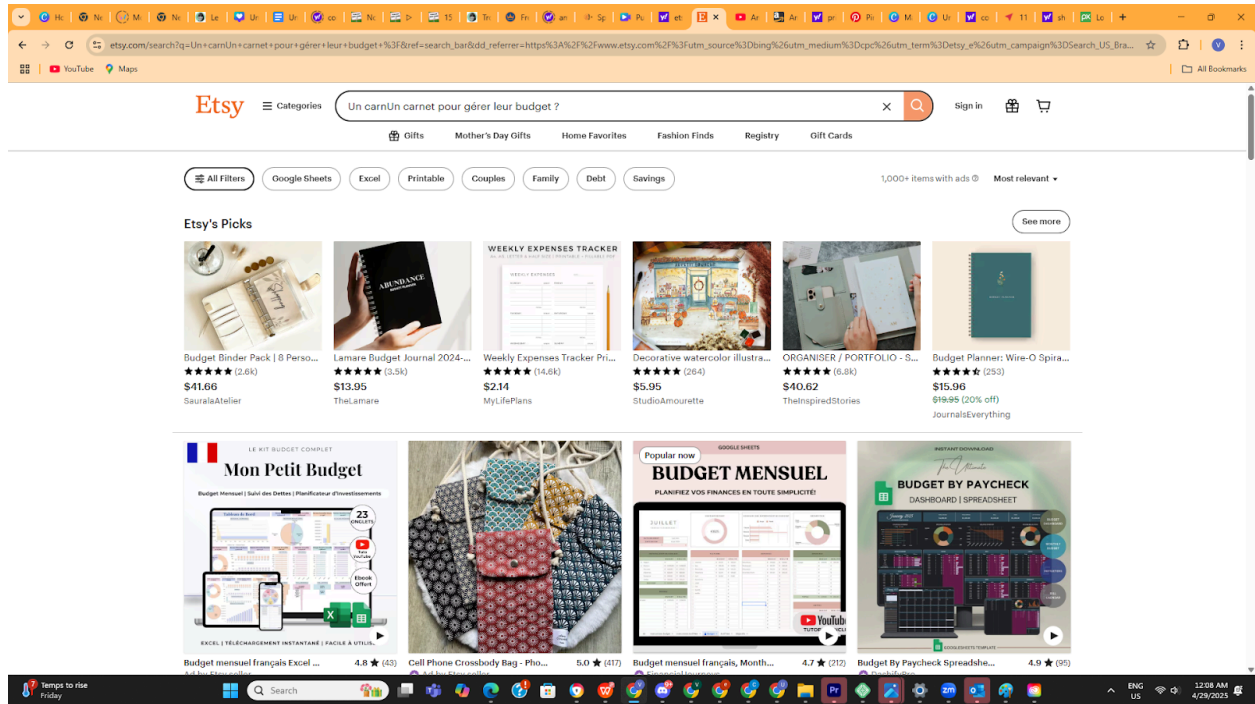
- Ne copiez jamais : inspirez-vous et créez votre propre version.

Stratégie 2 : explorer Pinterest et Etsy

- Sur Pinterest : recherchez des termes comme journal de gratitude pour seniors ou journal de gestion financière. Cela révèle les tendances créatives.
- Sur Etsy : observez ce qui se vend bien pour trouver des concepts adaptés à Amazon KDP.

Exemple : un carnet de gratitude pour futures mamans ou un journal de gestion de budget pour adolescents.





Troisième stratégie: Behance, Dribbble et Canva sont des plateformes très populaires où les designers, artistes et créateurs visuels partagent leur travail, trouvent de l'inspiration.

Voici les liens:

<https://dribbble.com/s>

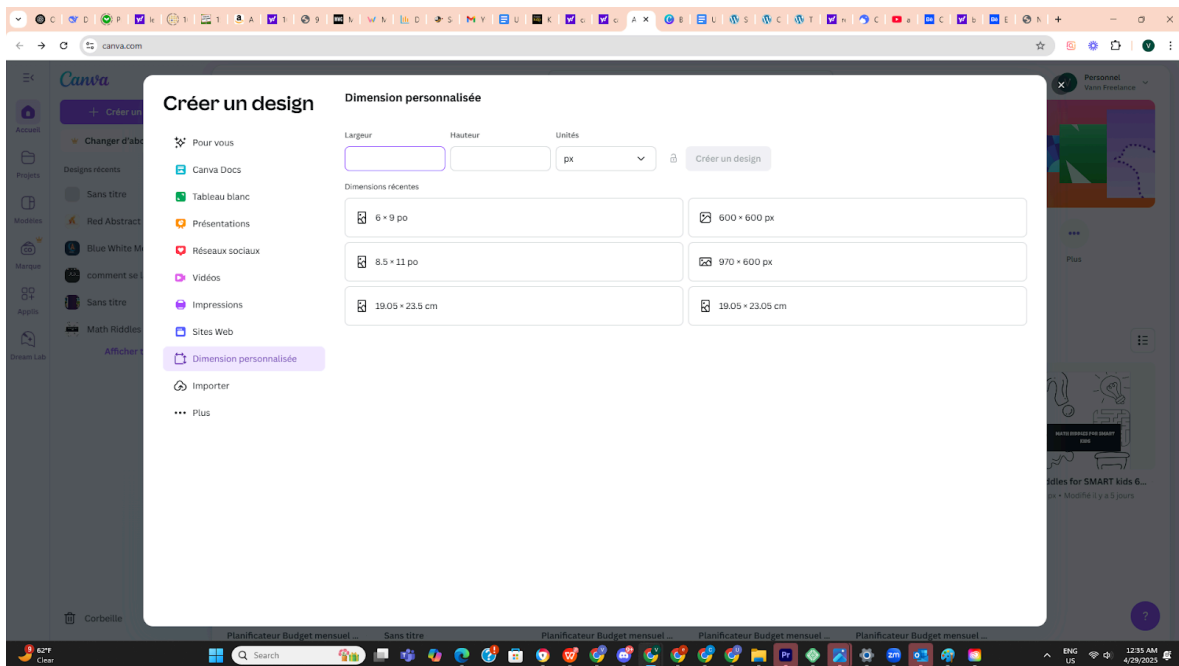
<https://www.behance.net/>

3-Comment créer l'intérieur de votre journal ou cahier

3-1. Choisir le bon format

Avant de créer quoi que ce soit, définit le format de ton carnet. Les formats populaires pour les carnets et journaux sont :

- 6 x 9 pouces (standard, facile à transporter)
- 8.5 x 11 pouces (plus grand, parfait pour les planners ou cahiers d'exercices)
- 5 x 8 pouces (compact)



3-2- Définir les marges de votre intérieur

Ouvrez votre compte Amazon KDP. À droite, vous allez apercevoir un menu, cliquez sur le lien Aide, ensuite sur votre gauche cliquez sur Mise en forme livre broché ou papier. Voici le lien pour définir les marges.

Les marges permettent d'éviter que votre contenu ne déborde de la page et ne soit coupé au cours du processus de fabrication.

https://kdp.amazon.com/fr_FR/help/topic/GVBQ3CMEQW3W2VL6

En lisant, la marge doit correspondre au nombre de pages de votre livre.

Si votre journal comporte des images, il est important de comprendre c'est quoi le fond perdu et non perdu.

4" x 9" (10.24 x 22.86 cm) Trim Size with Bleed Margins (0.375 Pages)

6.375" (16.031 cm) Safe Zone
6" (15.24 cm) Trim Size
6.125" (15.595 cm) Trim Size + Bleed

^ Haut de page

Marges

Les marges permettent d'éviter que votre contenu ne déborde de la page et ne soit coupé au cours du processus de fabrication. Les marges supérieures, inférieures et extérieures doivent être d'au moins 6,35 mm (0,25 pouce) pour les livres sans fond perdu et de 9,6 mm (0,375 pouce) pour les livres avec fond perdu. La taille de la marge intérieure dépend du nombre de pages, car plus le nombre de pages est élevé, plus le livre est épais, la marge intérieure doit donc également être augmentée afin de laisser suffisamment d'espace au dos.

Remarque : La marge intérieure est parfois appelée petit fond. Certains logiciels prévoient des champs distincts pour la marge intérieure et le petit fond. Veillez à saisir la même valeur pour la marge intérieure et le petit fond.

Taille minimale des marges en fonction du nombre de pages (avec et sans fond perdu)

Nombre de pages	Marges intérieures (petit fond ou reliure)	Marges extérieures (sans fond perdu)	Marges extérieures (avec fond perdu)
24 à 150 pages	9,6 mm (0,375 po)	au moins 6,4 mm (0,25 po)	au moins 9,6 mm (0,375 po)
151 à 300 pages	12,7 mm (0,5 po)	au moins 6,4 mm (0,25 po)	au moins 9,6 mm (0,375 po)
301 à 500 pages	15,9 mm (0,625 po)	au moins 6,4 mm (0,25 po)	au moins 9,6 mm (0,375 po)
501 à 700 pages	19,1 mm (0,75 po)	au moins 6,4 mm (0,25 po)	au moins 9,6 mm (0,375 po)
701 à 825 pages	22,3 mm (0,875 po)	au moins 6,4 mm (0,25 po)	au moins 9,6 mm (0,375 po)

Remarque : les marges supérieures, inférieures et extérieures ne doivent pas nécessairement être identiques. Par exemple, vous pouvez définir les marges supérieures et inférieures sur 25,4 mm (1 pouce) et la marge extérieure sur 9,525 mm (0,375 pouce), à condition qu'elles atteignent toutes le seuil minimum requis.

^ Haut de page

Mise en forme sous Microsoft Word ou Pages pour Mac

Consultez nos guides étape par étape pour la mise en forme dans Microsoft Word ou Pages pour Mac.

Remarque : Ces guides peuvent ne pas être à jour et adaptés à votre version actuelle du logiciel.

- Création de votre livre - Word pour Windows
- Création de votre livre - Word pour Mac
- Création de votre livre - Pages pour Mac

^ Haut de page

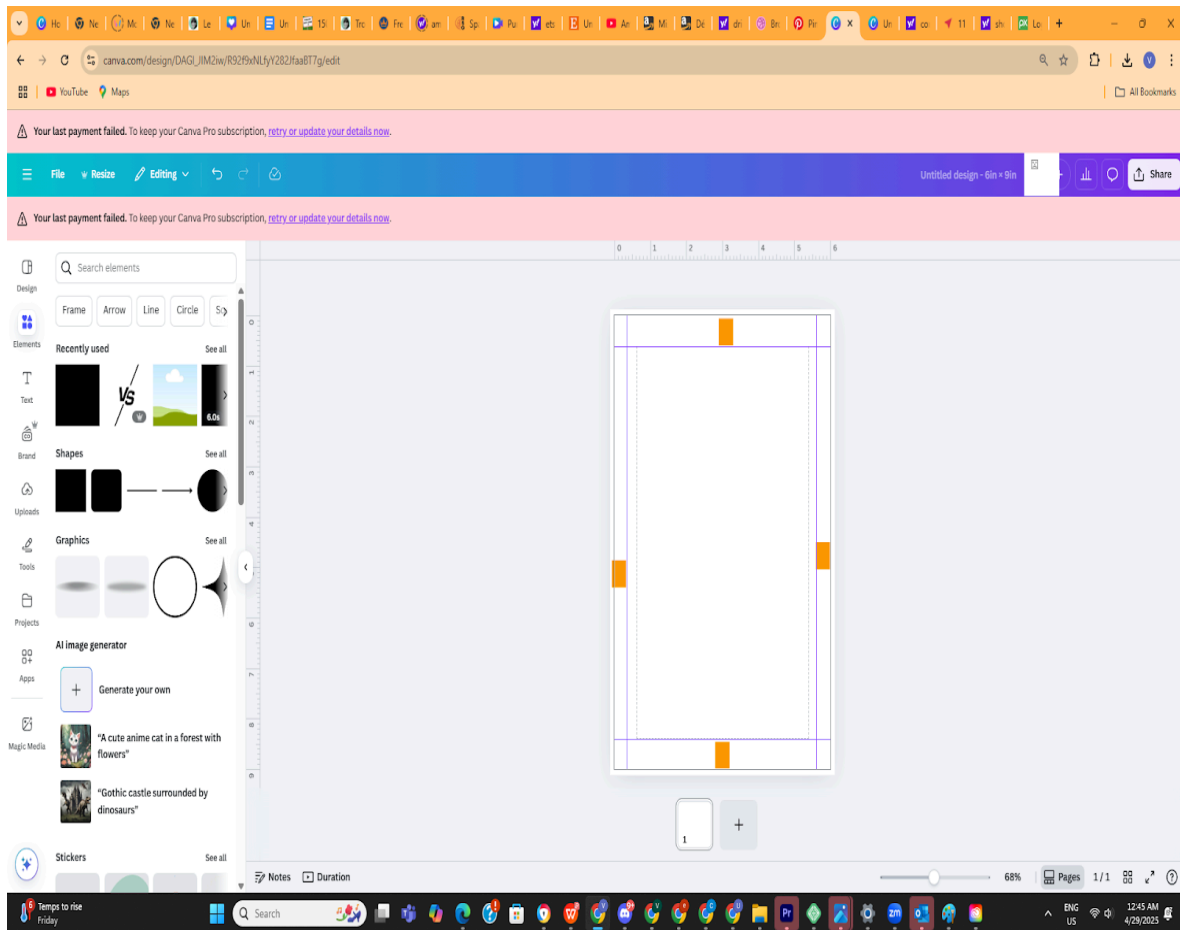
Le terme fond perdu est un terme utilisé dans le domaine de l'imprimerie qui fait référence aux éléments imprimés sur une page, tels que les images ou les illustrations, qui s'étendent jusqu'au bord de la page. Toutes les couvertures de livres sur KDP requièrent un fond perdu. Toutefois, vous pouvez choisir si le contenu intérieur doit ou non comporter un fond perdu.

Remarque : le fond perdu est uniquement pris en charge sur les fichiers ayant un format fixe, tels que les PDF prêts à être imprimés.

Une fois que vous connaissez les marges de votre intérieur, ouvrez votre compte Canva pour commencer à créer votre intérieur.

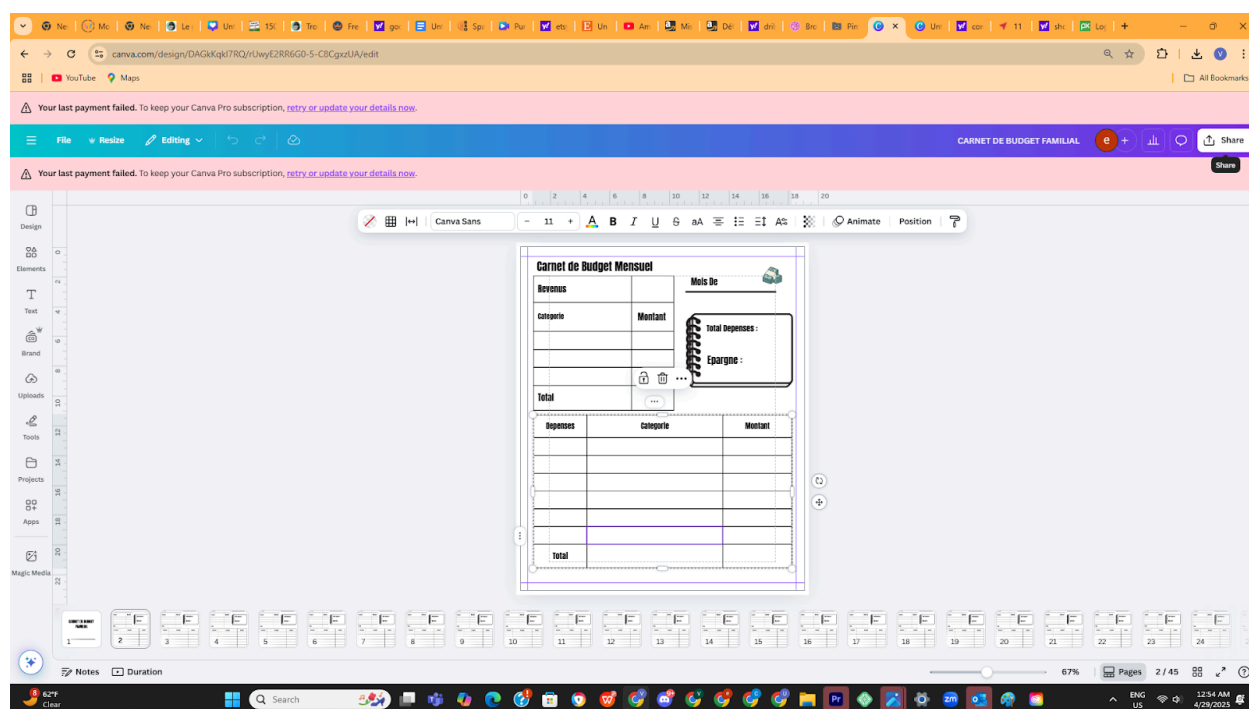
Ensuite, cliquez sur la dimension personnalisée. Après, une interface suivante va se présenter à vous.

Mentionner les dimensions de votre livre soit en pixels ou en pouces. Je vous conseille en pouce et ensuite définissez les marges de la gauche,



Pour définir les marges, il est important d'utiliser la version payante de Canva pour avoir plus de fonctionnalités avec un abonnement. Il est crucial de tracer les marges pour éviter que votre contenu soit rejeté par Amazon.

Après avoir défini les marges, vous pouvez maintenant commencer à désigner votre journal ou cahier. Voici un exemple d'un cahier de budget.



Pour télécharger votre fichier, veuillez cliquer à droite de votre compte puis sur partager, choisissez le format PDF standard et exportez le fichier.

En conclusion, ce chapitre vous permet de vous familiariser avec le business d'Amazon KDP en créant les livres du low content, comment trouver une inspiration sur le design, le formater en l'occurrence en définissant les marges de votre manuscrit et enfin comment exporter votre fichier en format pdf. Ce format est généralement exigé pour les livres brochés et reliés. Les livres à faible contenu n'ont pas de version ebook.

CHAPITRE 5

Comment créer des livres du médium content

Dans le monde de l'autoédition, les livres du médium content ont vraiment émergé en popularité et aussi une option profitable pour les auteurs. Ils se situent entre les livres à faible contenu et ceux à contenu élevé, offrant un bon équilibre entre le temps de production, la quantité de contenu et la rentabilité.

Après avoir publié plusieurs livres sur Amazon, d'après mon expérience les livres du low-content sont également profitables que les livres du high content et plus rentables que les livres du low-content.

Généralement les livres de contenu moyen contiennent un volume de pages entre 24 à 100 pages uniques. Contrairement aux livres à faible contenu, ils offrent un mélange de texte, d'illustrations et d'éléments interactifs. Les plus populaires sont des livres de coloriage, des puzzles, des livres et cahiers d'activités et des histoires.

Pour générer des revenus ou des royalties avec les contenus moyens, vous devrez passer du temps pour trouver la bonne niche. En tant que débutant, vous pouvez commencer avec quinze à vingt niches à faible compétition avec une demande décente.

1-La qualité de votre livre

Votre succès avec les livres de contenu moyen dépend en grande partie de la qualité de vos ouvrages. Cela nécessite un travail acharné et un véritable effort pour produire des livres qui apportent de la valeur à votre audience cible. Si vous vous investissez sérieusement, vous pouvez espérer générer des ventes sur une longue période.

La qualité d'un livre repose sur deux éléments essentiels : la couverture et le contenu intérieur. Il ne suffit pas que l'un des deux soit réussi — les deux doivent être soignés pour espérer réussir sur Amazon KDP.

2- Rédigez des descriptions accrocheuses.

La description de votre livre est comme une publicité de vente. Pour vendre davantage, rédigez des descriptions claires, concises et percutantes qui mettent en avant les avantages clés de votre livre. Donnez envie aux lecteurs

d'acheter en leur montrant ce qu'ils vont y gagner. Mettez en avant la valeur ajoutée, utilisez un langage simple et convaincant et terminez par un appel à l'action clair.

3- Utilisez Amazon KDP efficacement

Amazon KDP (Kindle Direct Publishing) propose de nombreuses fonctionnalités pour vous aider à faire connaître votre livre à condition de les utiliser intelligemment. Voici comment en tirer parti :

- Choisissez des mots-clés pertinents et spécifiques que vos lecteurs pourraient rechercher.
- Intégrez-les dans le titre, le sous-titre et la description de votre livre.
- Testez plusieurs mots-clés et analysez les résultats pour identifier ceux qui attirent le plus de trafic et de ventes.
- Choisissez des catégories précises et adaptées à votre livre.

- Recherchez des catégories moins compétitives mais toujours pertinentes pour maximiser vos chances d'apparaître dans le classement.
- Vous pouvez demander à Amazon d'ajouter des catégories supplémentaires pour plus de visibilité.
- Créez des campagnes de publicités sponsorisées pour apparaître dans les résultats de recherche et sur les pages produits.

Dans ce chapitre, nous n'allons pas aborder comment créer des campagnes publicitaires avec Amazon, il y aura un chapitre consacré à comment des campagnes publicitaires.

- Surveillez les performances de vos campagnes et ajustez-les selon les données collectées.
- Testez différents visuels, mots-clés et ciblages pour trouver la stratégie la plus efficace.

4- Questions à se poser avant d'écrire un livre pour enfants

Est-ce que les parents auront envie d'acheter ce livre ?

Pour les livres destinés à un jeune public, il est essentiel de se poser la question suivante : les parents auront-ils envie d'acheter ce livre ? Les enfants ne disposent pas d'argent pour l'acheter eux-mêmes. Il est donc important de créer un livre à la fois amusant et attrayant, qui donne envie aux parents de l'offrir à leurs enfants.

La principale catégorie d'acheteurs de livres pour enfants se situe entre 30 et 44 ans. Les femmes représentent plus de 70 % de ces acheteurs.

Voici quelques façons d'apprendre à mieux connaître votre audience :

- Passez du temps avec les groupes d'âge que vous ciblez ainsi qu'avec leurs parents/tuteurs (dans la vraie vie ou sur les réseaux sociaux).
- Discutez avec des parents et des enseignants.
- Proposez un sondage aux femmes de votre entourage qui sont dans la tranche d'âge ciblée.

Les études de marché sont également un outil précieux pour comprendre quels types de livres les parents recherchent pour leurs enfants. Vous seriez

surpris de voir à quel point certains thèmes attirent l'attention par rapport à d'autres. Voici un exemple qui montre le volume de recherches pour des thèmes courants de livres pour enfants sur Amazon :

5- Connaissez-vous la structure de base d'un livre pour enfants ?

Lorsque vous écrivez un livre pour enfants, il est essentiel de connaître la structure de base d'un tel livre. Il existe de nombreux modèles pour écrire un livre pour enfants !

Pour en apprendre davantage sur les livres pour enfants et structurer correctement votre récit pour un jeune public, vous pouvez :

- Étudier des livres qui s'adressent à l'âge que vous ciblez. Quelle est leur mise en page ? Quel vocabulaire est utilisé ?
- Visiter une librairie ou une bibliothèque et explorer le rayon jeunesse pour mieux comprendre le genre.

- Rechercher les tendances selon l'âge et les tendances de consommation sur des sites comme Slideshare.
- Parler avec des experts en psychologie de l'enfant et en pédagogie pour mieux comprendre les besoins spécifiques à chaque tranche d'âge.

Vous devez être en mesure d'expliquer l'idée de votre livre en quelques secondes.

6- Les erreurs à éviter pour écrire les livres pour enfants

La rédaction des livres pour les enfants peut sembler simple, mais cela demande réflexion, structure et adaptation à l'âge du lecteur. Que vous soyez auteur débutant ou en reconversion, connaître les erreurs les plus fréquentes vous aidera à créer un livre captivant, adapté et apprécié par les petits lecteurs et surtout par leurs parents.

Voici quelques pièges à éviter avant de vous plonger dans la rédaction de vos livres.

- Les livres cartonnés pour les 0 à 2 ans doivent éviter les phrases longues et le vocabulaire complexe.

- Les romans jeunesse (Middle Grade) ne doivent pas contenir de vulgarité.

- Les romans ados n'ont généralement pas besoin d'illustrations.

- Évitez de surcharger les textes destinés aux plus jeunes.

Les albums illustrés ne doivent jamais dépasser 800 mots, y compris les pages de début et de fin.

- Ne rendez pas la morale trop évidente.

Les enfants détectent vite quand on essaie de leur faire la leçon – et ils n'aiment pas ça.

Intégrez les messages ou valeurs de manière subtile, à travers les personnages et les événements.

- Évitez un titre fade.

Le titre doit être accrocheur, refléter clairement le contenu de l'histoire et être facile à trouver sur Google ou Amazon.

Ajoutez un sous-titre : cela renforce l'impact marketing en ajoutant des mots-clés utiles pour le référencement.

- Ne créez pas de personnages ennuyeux.

Le personnage principal doit être actif, prendre des décisions, et faire avancer l'histoire.

Les enfants apprécient les personnalités vives, drôles ou originales.

- Évitez un début trop lent.

Commencez votre histoire avec quelque chose de captivant ou d'intrigant.

Si le démarrage est trop mou, les jeunes lecteurs perdent vite intérêt.

- Ne négligez pas l'illustrateur.

Beaucoup d'auteurs débutants sous-estiment l'importance des illustrations.

Sans dépenser une fortune, assurez-vous de proposer un travail visuel de qualité.

Pour les livres destinés aux jeunes enfants (jusqu'à 8-9 ans), les illustrations doivent être présentes presque à chaque page. Les albums illustrés doivent accorder autant d'importance à l'image qu'au texte.

7- Comment écrire votre livre en quelques étapes

Première étape : choisir le format de votre livre

Devrez-vous publier votre livre en format électronique ou papier ? Vous devez envisager de publier votre livre en format électronique ou papier. Le format papier est plus populaire pour les livres pour enfants. Les livres électroniques ne sont pas trop populaires dans la niche des enfants. La majorité des parents préfèrent que leurs enfants lisent les livres en format papier, cependant le nombre des parents qui n'ont pas de préférence est en train de s'accroître.

Deuxième étape : connaître votre catégorie

Lorsque vous publiez sur Amazon, vous devrez indiquer la tranche d'âge à laquelle votre livre s'adresse. Il est donc essentiel de choisir la plus appropriée. Sinon, vous risquez de recevoir des avis négatifs de la part de parents ou d'adultes estimant que votre livre n'est pas adapté à leurs enfants.

Selon l'âge des enfants qui liront votre livre, vous devrez ajuster :

- le nombre d'illustrations,

- la longueur du texte,
- le style d'écriture,
- et le vocabulaire utilisé.

La plupart des livres pour enfants entrent dans l'une des cinq catégories suivantes :

1. Livres en carton (**livres cartonnés**)

- Âge : 0 à 2 ans.
- Pages épaisses, peu de texte, images très simples. Parfaits pour les bébés et tout-petits.

2. Albums illustrés :

- Âge : 3 à 7 ans.
- Illustrations sur chaque page, texte court (souvent moins de 800 mots). Histoire simple avec une structure claire.

3. Premiers romans illustrés :

- Âge : 6 à 9 ans.

- Petits chapitres, vocabulaire simple, encore quelques illustrations.

Idéal pour les lecteurs débutants.

4. Romans junior :

- Âge : 8 à 12 ans.
- Chapitres plus longs, vocabulaire plus riche, peu ou pas d'illustrations. Thèmes plus complexes adaptés à l'enfance.

5. Littérature ado :

- Âge : 12 à 18 ans.
- Romans complets, parfois avec des sujets plus matures. Presque jamais d'illustrations.

Troisième étape : choisir le titre

Vous devrez choisir un titre accrocheur pour votre livre pour enfants. Vous pouvez le faire après avoir écrit l'histoire, mais avoir un titre en tête dès le début peut vous aider à orienter votre écriture. Vous pourrez toujours l'ajuster ou le changer une fois l'histoire terminée.

Le titre du livre a besoin :

de capturer l'attention des lecteurs ou des parents ;

Annoncer clairement de quelle histoire il s'agit ;

un titre facile à trouver, pas de titre qui porte à confusion auprès des lecteurs;

Choisissez des mots-clés que votre audience utilise réellement dans ses recherches.

Par exemple, Drôles d'histoires pour petits malins comme titre et sous-titres
Des aventures rigolotes à lire chaque soir. Il est important de mentionner un sous-titre à votre livre, cela aide à promouvoir votre livre en y incluant des mots-clés supplémentaires que les parents peuvent rechercher.

Quatrième étape : trouver un style d'écriture

Vous devez trouver un style d'écriture qui correspond au groupe d'âge ciblé, au nombre de mots adaptés, à l'histoire que vous racontez, et à vos propres préférences.

Peut-être êtes-vous déjà un(e) excellent(e) rédacteur(trice), un(e) blogueur(se) captivant(e), voire un(e) auteur(e) accompli(e) de fiction ou de non-fiction pour adultes. Mais lorsqu'il s'agit d'écrire pour les enfants, il faut adopter un nouvel état d'esprit et un style d'écriture approprié à ce jeune public.

Voici quelques styles d'écriture à considérer :

Rimes

Si vous choisissez d'écrire votre livre en rimes, celles-ci doivent être vraiment bien construites. Assurez-vous que les lignes ont le même nombre de syllabes et un rythme cohérent. Ne forcez pas des rimes faibles et n'en sautez pas. Soyez constant dans tout le livre.

(Exemples : "Le Petit Camion Bleu", "Llama Llama")

Temps du récit : passé ou présent

Les enfants préfèrent souvent les récits au présent, car cela les engage activement dans l'histoire. Ils la vivent en direct, plutôt que d'avoir l'impression qu'elle s'est déjà déroulée.

(Exemple : les livres de "Mimi la souris" sont écrits au présent.)

Narrateur à la première ou à la troisième personne

Une narration à la troisième personne vous donne souvent plus de liberté et de flexibilité, et elle est généralement mieux reçue par les enfants. Cela dit, si votre thème s'y prête, vous pouvez aussi choisir la première personne, surtout si cela renforce l'émotion ou la connexion avec le personnage principal.

Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise méthode : c'est simplement une question de style. Mais une fois que vous avez fait votre choix, vous devez vous y tenir jusqu'à la fin du livre.

Cinquième étape : intégrez les éléments essentiels.

Lorsqu'il s'agit de la rédaction des livres pour enfants, il y a des éléments importants que vous devrez incorporer, tels que un thème approprié, des caractères mémorables, des récits qui s'adressent aux enfants. Les cinq éléments essentiels qu'un bon livre pour enfants doit contenir :

- Des personnages mémorables et inoubliables, les enfants s'attachent à eux, les admirent et veulent leur ressembler ;
- Une action captivante avec plein de suspense : commencer votre livre pour enfants par une action pleine de suspense est une manière très efficace pour attirer les jeunes lecteurs dès les premières lignes ;
- Un dialogue réaliste, les enfants aiment lire des histoires qui correspondent à leur langage.
- Une bonne histoire doit toujours avoir des défis à relever pour le personnage. Si votre histoire manque de fin heureuse, vous pouvez énerver le lecteur ou laisser le lecteur insatisfait ;

- Le facteur de mémorisation instantanée : vous voulez que le personnage de votre livre reste gravé dans l'esprit de vos jeunes lecteurs, même longtemps après la lecture. Si les enfants demandent à relire votre histoire encore et encore, alors vous pouvez considérer votre livre comme une vraie réussite.

Sixième étape : utiliser les caractères solides

Vous devrez utiliser des caractères solides dans vos livres pour enfants.

Il est également important de réfléchir aux caractéristiques visibles du personnage avant de commencer à écrire votre livre.

Les enfants demandent souvent à leurs parents une histoire avec un personnage bien précis, comme un train, un cochon ou un autre animal ou objet qui les fascine.

Septième étape : écrire une histoire captivante.

Les jeunes lecteurs ont besoin d'une fin heureuse qui les satisfasse. Il ne faut pas faire pleurer un enfant à cause d'une fin triste. Cela ne veut pas dire que des conclusions un peu plus réalistes sont inutiles, mais il se peut que ton jeune public ait du mal à comprendre des sujets trop complexes.

Huitième étape : révision et lecture

Lorsque vous finissez votre premier brouillon, vous avez besoin de réviser et relire votre livre d'enfants. Vous devrez recruter un éditeur professionnel. L'édition est un investissement précieux et nécessaire, surtout pour tout texte de plus de 600 mots.

Un correcteur professionnel ou un éditeur de ligne peut vous aider à corriger les erreurs de syntaxes grammaticales ou orthographiques. Un bon éditeur joue un rôle essentiel dans le succès de votre livre, car une mauvaise orthographe, une grammaire défailante et une structure de livre mal conçue peuvent nuire à votre image en tant qu'auteur de livres pour enfants, entraînant des critiques négatives et moins de ventes.

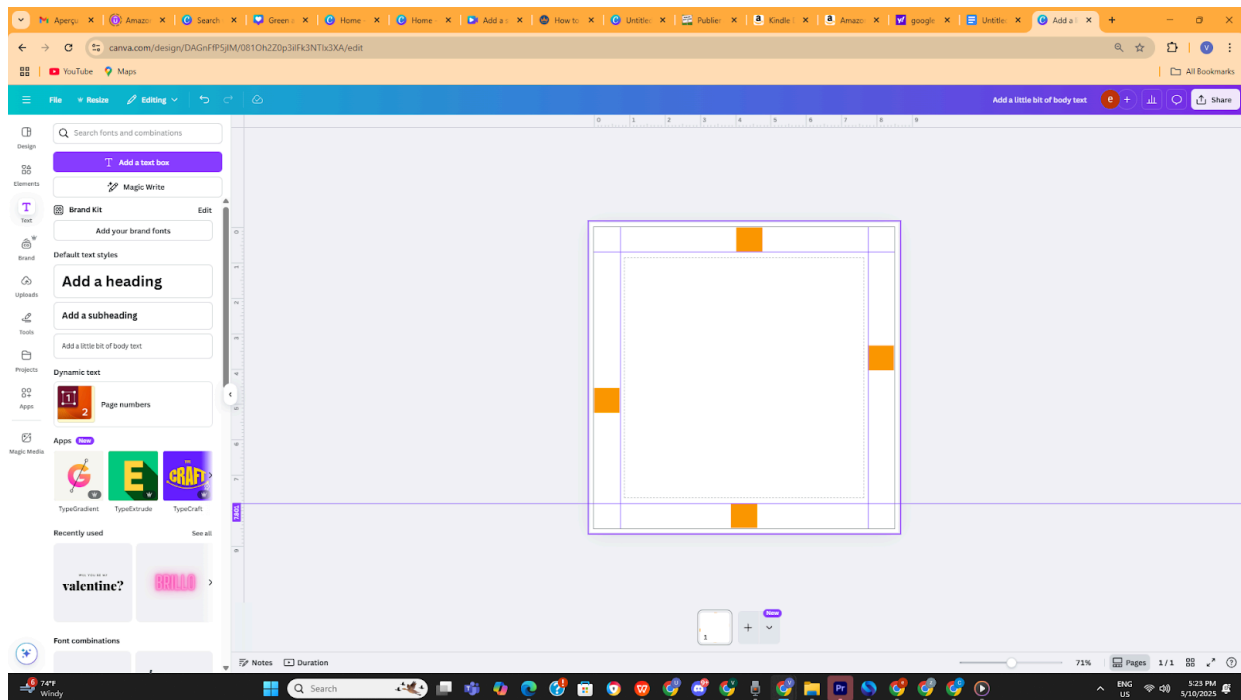
Neuvième étape : illustrer votre livre.

Lorsque vous voulez ajouter des illustrations dans votre livre pour enfants, il y a plusieurs options qui s'offrent à vous :

- Le faire vous-même ;
- Recruter un illustrateur.
- Combiner les deux.

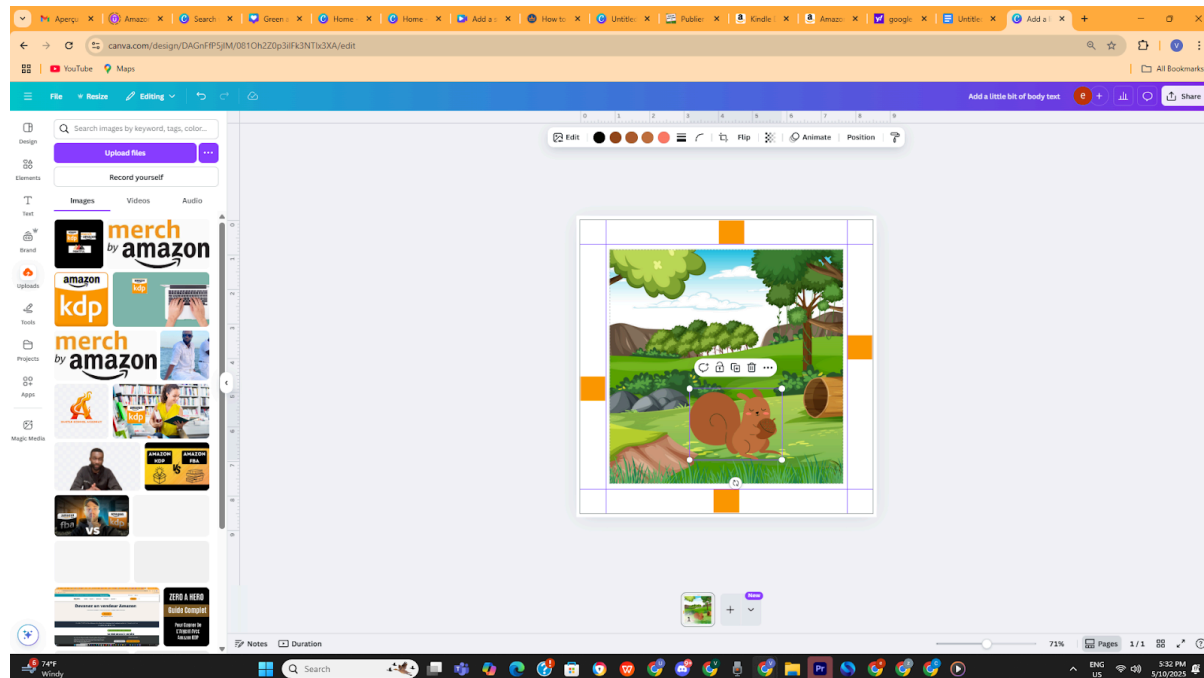
Voici les tailles les plus utilisées pour les livres d'enfants.

- 5.5" x 8.5"
- 6" x 9"
- 6.14 x 9.21"
- 7" x 10"
- 8" x 10"
- 8.5" x 8.5"
- 8.5" x 11"



Les carrés représentent les marges pour votre livre, vous devrez mentionner pour éviter les erreurs à l'impression et la taille du livre est de 8.5x8.5 pouces.

Voici un exemple d'une illustration pour livre d'enfants.



Pour conclure ce chapitre, les livres du médium content (contenus moyens) sont une excellente opportunité pour les auteurs pour générer des revenus passifs tout en ajoutant leur sens de créativité. Que ce soit des livres d'histoires pour enfants, des cahiers d'activités. Dans ce chapitre, nous n'avons pas abordé les livres de coloriages tout simplement parce que créer ce genre de livres exige d'avoir des compétences en utilisant les outils d'illustration. Ces formats simples à produire peuvent rencontrer un vrai succès s'ils sont bien pensés, bien conçus, et répondent à un besoin réel. N'oubliez pas : la qualité, la niche ciblée et la présentation sont des éléments clés. Avec de la régularité, un bon positionnement sur Amazon KDP et un

souci du détail, vous pouvez transformer une idée simple en une source de revenus durable.

CHAPITRE 6

Comment écrire un livre en 10 jours

Écrire un livre peut être effrayant, surtout lorsqu'on débute dans l'aventure d'auteur ou d'autrice. Cependant une aventure créative et riche d'émotions, une découverte passionnante et pleine de rebondissements.

Comment écrire un livre ? Cette interrogation revient souvent chez celles et ceux qui rêvent de se lancer dans l'écriture, mais se retrouvent vite bloqués face à la fameuse page blanche.

Et c'est normal. L'inspiration ne frappe pas toujours à la porte. Mais, la bonne nouvelle, c'est qu'il existe des étapes claires et des méthodes efficaces pour avancer, même quand la motivation ou les idées manquent.

Avant de commencer à écrire, posez-vous cette question essentielle :

Pourquoi est-ce que j'écris ce livre ?

Quelles sont vos motivations profondes ? À qui souhaitez-vous vous adresser ?

Quel est le message, l'histoire ou la transformation que vous voulez transmettre à travers vos mots ?

Ces réflexions sont cruciales. Elles vont vous aider à définir votre objectif, votre lecteur cible (appelé aussi persona ou avatar de lecteur), et à adopter les bonnes actions, y compris en matière de promotion, pour que votre livre trouve son public.

Rappelez-vous : on n'écrit pas pour tout le monde. Plus vous êtes clair(e) sur qui vous écrivez, plus votre message sera fort et percutant.

Dans ce chapitre, nous allons voir comment écrire un livre en dix jours.

Cela peut sembler fou, voire impossible, mais avec les bonnes stratégies, vous découvrirez qu'il est tout à fait possible de libérer votre créativité, de structurer vos idées, et de faire naître un manuscrit prêt à inspirer le monde.

Vous êtes prêt(e)s à écrire votre premier livre qui était en train de dormir en vous depuis des mois. En premier, il est important de savoir où aller écrire votre livre. Supposons que vous planifiez d'écrire votre livre chez vous ou dans un endroit autre que votre domicile, vous devrez créer un espace pour établir une routine.

Dans cette section, je vais vous guider pas à pas avec un plan clair et accessible : écrire un livre en 10 jours.

Oui, c'est possible. En vous concentrant sur l'essentiel, en écrivant mille à deux mille mots par jour et en suivant une méthode structurée, vous aurez non seulement un manuscrit entre les mains, mais aussi une réelle fierté.

Jour 1 : Prépare ton plan et ton environnement

Le premier jour est crucial. C'est le moment où tu poses les fondations de ton livre. Sans plan, tu risques de te perdre en cours de route. L'objectif aujourd'hui n'est pas d'écrire mille mots, mais de préparer ton esprit, ton espace et ton plan de bataille.

Jour 1 : Prépare ton plan et ton environnement

Le premier jour est crucial. C'est le moment où tu poses les fondations de ton livre. Sans plan, tu risques de te perdre en cours de route. L'objectif aujourd'hui n'est pas d'écrire 1000 mots, mais de préparer ton esprit, ton espace et ton plan de bataille.

1. Clarifiez votre idée principale.

Quel est le cœur de ton livre ? Résume-le en une phrase forte. Cette phrase sera ton repère chaque fois que tu te sentiras bloqué.

Par exemple, j'écris ce livre pour aider les débutants à écrire un livre en 10 jours sans expérience.

2. Définis ton lecteur idéal.

À qui t'adresses-tu ? Note tout ce que tu peux imaginer sur ton lecteur type :

- âge,
- situation,
- problème ou désir,
- pourquoi il lirait ton livre.

Cela t'aidera à écrire de manière ciblée.

3. Élabore un plan simple en 8 à 12 chapitres.

Liste les grandes idées ou étapes que tu veux développer.

Tu n'as pas besoin de détails aujourd'hui, juste d'une vue d'ensemble claire.

Exemple :

1. Trouver son idée
2. Dépasser la peur de la page blanche.
3. Structurer son livre.
4. Écrire efficacement chaque jour.
5. Prépare ton espace d'écriture.
6. Fixe ton objectif journalier

Tu vas écrire mille mots par jour.

Cela te semblera difficile parfois, facile d'autres jours. Mais si tu restes constant, au bout de dix jours, tu auras 20 000 mots, soit un petit livre prêt à être peaufiné.

7. Trouve ton rituel d'écriture

Écris toujours à la même heure si possible. Créer un petit rituel : une boisson chaude, 5 minutes de respiration, une musique douce. Cela aide ton cerveau à se mettre dans un état créatif automatique.

Jour 2 : Écris ton introduction et accroche ton lecteur

Le deuxième jour est dédié à un élément crucial : l'introduction.

C'est elle qui donne envie de continuer, qui installe la confiance, et qui montre au lecteur qu'il est au bon endroit. Si elle est percutante, ton livre a déjà fait la moitié du travail.

1. Commence par une accroche percutante.

Tu dois captiver l'attention dès la première phrase. Pose une question, partage une statistique choquante, ou raconte une anecdote personnelle qui illustre le problème que ton livre va résoudre.

Exemples d'accroches :

- « Et si je vous disais que vous pouvez écrire un livre en 10 jours, même si vous n'avez jamais écrit une ligne ? »

- « Il y a un an, j'avais peur de la page blanche. Aujourd'hui, j'aide des centaines de personnes à publier leur premier livre. »

2. Parle du problème du lecteur.

Mets-toi à sa place. Quel est le problème ou le désir profond qui l'a poussé à ouvrir ton livre ? Tu dois montrer que tu le comprends.

Par exemple, vous avez une idée, mais vous ne savez pas comment la structurer. Vous rêvez de tenir votre livre entre vos mains, mais l'écriture vous semble impossible.

3. Présente la promesse du livre

Explique ce que le lecteur va apprendre ou accomplir en lisant ton livre jusqu'au bout. Sois clair, précis et motivant.

Ce livre est votre plan d'action. En 10 jours, vous apprendrez à organiser vos idées, à écrire efficacement, et à terminer un manuscrit prêt à être publié.

4. Explique pourquoi tu es légitime.

En quelques phrases, partage ton histoire ou ton expérience. Cela crée un lien de confiance.

J'ai moi-même passé deux ans à douter, à commencer des livres que je n'ai jamais finis. Jusqu'au jour où j'ai découvert une méthode simple. Depuis, j'ai écrit et publié plusieurs livres sur Amazon KDP.

5. Donne envie de tourner la page.

Termine ton introduction par une phrase d'appel à l'action ou de promesse engageante. Ne perdez plus de temps. Pret a decouvrir les secrets d'écriture un livre en un temps record.

Jour 3 : Écris ton premier chapitre avec impact

Le premier chapitre est l'un des plus importants. C'est lui qui va installer le ton, le rythme et la valeur de ton livre. S'il est réussi, le lecteur aura envie de continuer. S'il est confus ou peu engageant, il peut abandonner dès les premières pages.

Aujourd'hui, tu vas écrire au moins mille à mille cinq cents mots pour ce premier chapitre, en suivant une structure simple mais efficace.

1. Commence par un mini-rappel du problème

Rappelle brièvement le problème ou le désir du lecteur. Cela crée une continuité avec ton introduction.

Vous voulez écrire un livre, mais vous ne savez pas par où commencer. Vous vous sentez peut-être dépassé par l'ampleur de la tâche.

Comment réussir en e-commerce en 2025 en tenant compte de la compétition

2. Apporte de la clarté dès le départ

Commence par apporter une première solution concrète ou une vérité rassurante.

Par exemple : écrire un livre n'est pas une montagne impossible à gravir, c'est une succession de petites étapes.

Le secret ? Écrire un peu chaque jour, avec un plan clair. Vous n'avez pas besoin de tout savoir, seulement de commencer.

3. Décris les fondations essentielles d'un bon livre.

Dans ce premier chapitre, tu peux expliquer des éléments comme :

- L'importance du message principal
- La clarté de la structure globale

- Le ton et le style d'écriture adaptés à ton public

Astuce : Utilise des exemples ou anecdotes pour illustrer tes propos.

Exemple : « Marie, une maman de deux enfants, pensait qu'elle n'aurait jamais le temps. Pourtant, en écrivant 30 minutes le matin, elle a terminé son premier livre en deux semaines.

4. Terminez sur une note engageante

À la fin du chapitre, encourage ton lecteur à continuer l'aventure, à rester motivé et à croire que c'est possible.

Ce n'est que le début. En suivant ce plan jour après jour, vous allez prendre confiance, mot après mot. Le livre que vous rêvez d'écrire commence à prendre vie.

Jour 4 : Trouver ton rythme d'écriture quotidien

Écrire un livre en 10 jours n'est pas une question de talent, mais de discipline et de régularité. Aujourd'hui, tu vas mettre en place une routine solide qui t'aidera à rester concentré, motivé et productif, jour après jour.

1. Trouver le meilleur moment pour écrire

Certaines personnes sont plus productives le matin, d'autres le soir.

L'essentiel est de choisir une heure fixe chaque jour, où tu peux écrire sans être dérangé.

Exemple : 6 h à 7 h chaque matin, ou de 21 h à 22 h après le travail.

2. Élimine les distractions

Pour écrire efficacement, tu dois te protéger du bruit extérieur et numérique :

- Éteins les notifications.
- Mets ton téléphone en mode avion.
- Utiliser un minuteur (méthode Pomodoro : 25 minutes de focus, 5 minutes de pause).

3. Vise un objectif clair : 2000 mots par jour

C'est ton but minimum chaque jour. Cela représente environ 2 à 3 pages de contenu. Ne te soucie pas de la qualité parfaite. L'important est de faire

avancer ton manuscrit. Vous devrez écrire avant de juger. L'édition viendra plus tard.

4. Créer un rituel d'écriture

Les rituels créent des habitudes puissantes. Avant d'écrire, fais toujours la même chose :

- Bois une tisane.
- Mets une musique d'ambiance douce.
- Ouvre ton logiciel de traitement de texte ou carnet préféré.

5. Note ton progrès chaque jour

Tiens, un petit journal de bord :

- Combien de mots as-tu écrits ?
- Quelle partie du livre as-tu abordée ?
- Comment t'es-tu senti pendant l'écriture ?

Cela te permet de mesurer tes progrès et de garder la motivation.

Jour 5 : structurer les chapitres suivants avec clarté

À mi-parcours de votre aventure d'écriture, il est temps de prendre de la hauteur. Aujourd'hui, vous devrez apprendre à structurer efficacement les chapitres suivants de ton livre, afin de garder un fil conducteur logique, captivant et fluide pour ton lecteur.

Une bonne structure permet de ne pas te perdre et d'emmener ton lecteur d'un point A à un point B avec cohérence.

1. Reviens à ton plan initial

Prends quelques minutes pour relire ton plan ou ta table des matières provisoire. Chaque chapitre doit servir l'objectif global de ton livre. Pose-toi la question :

Est-ce que ce chapitre apporte une nouvelle réponse ou solution à mon lecteur ?

Si ce n'est pas clair, reformule ou réorganise.

2. Utilise la règle du « 1 idée = 1 chapitre ».

Éviter d'entasser trop d'idées dans un seul chapitre. Ton lecteur appréciera des chapitres courts, simples et ciblés.

Exemple :

Chapitre 3 : Trouver son idée de livre

Chapitre 4 : Créer une routine d'écriture

Chapitre 5 : Comment surmonter le doute

Garde une progression logique d'un chapitre à l'autre.

3. Commence à rédiger 2 ou 3 chapitres supplémentaires.

Aujourd'hui, l'objectif est de rédiger entre 1000 et 1500 mots. Tu peux :

- Écrire entièrement un chapitre.
- Ou écrire une partie de deux chapitres (selon ton énergie).

L'idée est d'avancer dans le contenu sans te bloquer. Rappelle-toi : ce n'est pas encore la version finale.

4. Créer une structure simple pour chaque chapitre

Pour rester clair et efficace, applique cette structure type :

1. Introduction du chapitre : présente le sujet.

2. Développement en 2 ou 3 points clés (avec exemples)

3. Conclusion brève : résumé ou encouragement à appliquer.

Il est crucial de terminer ton chapitre avec une phrase motivante ou un appel à passer à l'action pour garder votre lecteur engagé.

5. Garde un œil sur ton lecteur idéal.

Quand tu écris, imagine que tu parles directement à ton avatar de lecteur.

Demande-toi :

- Qu'attend-il ?
- Qu'est-ce qui pourrait le décourager ?
- Comment peux-tu le motiver à continuer ?

Chaque chapitre de votre livre doit garder le lien avec le chapitre précédent et le suivant.

Jour 6 : Surmonter le syndrome de l'imposteur et garder la motivation

Tu es à la moitié de ton défi. Bravo ! Mais c'est aussi le moment où le doute s'installe. Tu commences à te demander : est-ce que mon livre est vraiment bon ? Qui va le lire ? Et si personne ne l'aimait ?

Ce blocage mental porte un nom : le syndrome de l'imposteur. Et il touche même les plus grands auteurs. La bonne nouvelle ? Il se combat, et aujourd'hui, tu vas apprendre à le dépasser.

1. Comprends que le doute est normal.

Le doute est un signe que tu sors de ta zone de confort. C'est une étape naturelle du processus créatif. Ce n'est pas une faiblesse, c'est une preuve que tu prends ton projet au sérieux.

Tu ne dois pas être parfait. Tu dois juste avancer.

2. Remets-toi à ton "Pourquoi".

Relis ce que tu as écrit au Jour 1 :

- Pourquoi veux-tu écrire ce livre ?
- À qui t'adresses-tu ?
- Quelle transformation veux-tu apporter à ton lecteur ?

Revenir à ta motivation initiale te redonne de l'énergie et du sens. N'écris pas pour être aimé par tous. Vous écrivez pour aider, toucher, et inspirer votre public.

3. Continue d'écrire... même si tu doutes.

Ne relis pas trop. Ne corrige pas encore. Ce n'est pas le moment du perfectionnisme, mais de la progression. Ton but aujourd'hui est simple : écrire tes 1000 à 2000 mots du jour.

4. Évite de te comparer aux autres.

Il y aura toujours des auteurs plus expérimentés, mieux connus, avec plus de ventes.

Mais aucun d'entre eux n'a ton histoire, ton style, ta voix.

Rappelle-toi :

Ce n'est pas ton expérience qui te rend légitime, c'est ta volonté de transmettre quelque chose d'unique.

5. Entoure-toi d'encouragements.

Si tu es seul(e) dans ton processus, trouve un cercle d'auteurs débutants ou un coach.

Ou relis des témoignages, des citations inspirantes, ou tes propres réussites passées. Chaque page que vous écrivez vous rapprochera de votre rêve.

Jour 7 : Créer des transitions fluides entre tes chapitres

Vous avez maintenant écrit plusieurs sections de votre livre. Vous tenez le rythme, vous avancez bien. Mais un bon livre ne se résume pas à l'accumulation de chapitres : il doit couler naturellement.

Aujourd'hui, nous allons travailler sur un élément crucial pour la lecture fluide et engageante de ton manuscrit : les transitions entre les chapitres.

1. Pourquoi les transitions sont importantes ?

Les transitions sont des ponts logiques et émotionnels entre tes idées. Elles permettent au lecteur de :

- comprendre la progression de ton message,
- se sentir guider tout au long de sa lecture,
- rester immergé dans l'univers de ton livre.

Sans transitions, votre livre risque de ressembler à une série de blocs séparés, ce qui casse le rythme et peut décourager ton lecteur.

2. Connecte la fin d'un chapitre avec le début du suivant.

À la fin de chaque chapitre, prépare le terrain pour ce qui arrive ensuite. Tu peux :

- poser une question qui donne envie de tourner la page,
- annoncer ce que le lecteur va découvrir dans le prochain chapitre,
- faire une transition émotionnelle (passer d'un moment de doute à un moment de révélation, par exemple).

Maintenant que vous avez appris à surmonter vos doutes, découvrez comment rendre vos chapitres encore plus fluides et cohérents.

3. Utilise des phrases de transition efficaces

Voici quelques modèles de phrases que tu peux utiliser :

- Dans le chapitre suivant, nous allons explorer.
- Mais ce n'est que le début.
- Et maintenant, passons à l'étape suivante.
- Une fois que vous avez compris cela, il est temps de
- Mais comment faire concrètement ? Voyons cela ensemble.

Ces phrases jouent le rôle de liens narratifs.

4. Pense à la structure globale de ton livre.

Reviens à ton plan de départ. Est-ce que tes idées suivent une logique naturelle ? Est-ce que chaque chapitre apporte une nouvelle brique à la construction de ton message ?

Imaginez que vous expliquiez votre livre à haute voix à un ami. Quelles phrases utilises-tu pour passer d'un sujet à l'autre ? Utilise ce langage dans ton manuscrit.

5. Exercices pratiques

Reprends les derniers paragraphes de tes chapitres 1 à 6. Ajoute une phrase de transition à la fin de chacun.

Relis le début des chapitres suivants.

Est-ce qu'ils font suite naturellement ? Sinon, reformule le début pour créer du lien.

Jour 8 : Le pouvoir des anecdotes et des exemples concrets

1. Pourquoi les anecdotes sont puissantes

Une anecdote, c'est un récit court, réel ou inventé, qui illustre une idée ou une émotion. Elle donne de la couleur à ton message et capte l'attention du lecteur.

Les lecteurs se souviennent :

- d'expériences, pas seulement d'explications.
- d'émotions, pas juste d'informations.

Exemple :

Plutôt que d'écrire "La peur de l'échec empêche souvent d'écrire", raconte :
"Pauline avait commencé dix manuscrits. À chaque fois, elle arrêta après quelques pages. Elle relisait, doutait, effaçait. Ce n'est qu'après avoir accepté l'imperfection qu'elle a réussi à terminer son premier livre.

2. Où placer les anecdotes ?

- Au début d'un chapitre pour captiver dès la première ligne.
- Au milieu → pour illustrer une idée théorique.
- À la fin → pour conclure de façon mémorable.

Tu peux aussi varier entre :

- des histoires personnelles (les tiennes ou celles de tes lecteurs),
- des cas concrets (succès, échecs, transformations),
- des exemples fictifs mais réalistes, qui incarnent ton message.

3. L'effet miroir : le lecteur doit se reconnaître.

Choisis des anecdotes qui parlent à ton lecteur idéal :

- Ses doutes
- Ses espoirs
- Ses blocages
- Ses envies profondes

Plus il se voit dans tes histoires, plus il se dit : “Moi aussi, je peux y arriver.”

4. Structure simple pour raconter une bonne anecdote

Voici une méthode facile pour ne pas te perdre :

1. Contexte : qui ? Où ? Quand ?
2. Problème : quel obstacle ou doute ?
3. Action : que s'est-il passé ?
4. Résultat : quel a été le changement ou l'enseignement ?

Exemple rapide :

- Paul, 34 ans, voulait écrire depuis 10 ans...
- Mais il pensait que c'était réservé aux écrivains célèbres.
- Il a suivi la méthode "1000 mots par jour" de ce livre.
- Aujourd'hui, son premier ebook est en ligne sur Amazon.

5. Exercice du jour

- Identifie 3 moments de ta vie liés à l'écriture ou à la créativité.
- Choisis au moins une anecdote pour chaque chapitre de ton livre.
- Réécris 1000 mots aujourd'hui en ajoutant des histoires ou des exemples à ton contenu existant.

Jour 9 : Relire et corriger intelligemment

Votre livre avance à grands pas ! Vous avez déjà structuré votre contenu, posé les bases, développé vos chapitres, mais comment rendre votre livre plus vivant, plus crédible, et plus captivant ?

La réponse est simple : raconter des histoires.

Bravo ! Vous avez quasiment terminé votre manuscrit. Vous avez écrit, structuré, raconté, partagé. Maintenant, place à une étape cruciale, souvent négligée par les auteurs débutants : la relecture et la correction.

C'est ce travail de précision qui va transformer ton texte brut en un livre clair, cohérent et agréable à lire.

1. Laisse reposer ton texte au moins quelques heures

Après avoir écrit intensément pendant plusieurs jours, votre cerveau a besoin de recul. Laisse ton manuscrit de côté quelques heures, voire une journée avant de le relire. Ce détachement temporaire te permettra de repérer plus facilement les incohérences, les répétitions ou les erreurs.

2. Lis à voix haute

C'est l'une des techniques les plus puissantes. En lisant ton texte à voix haute, tu vas :

- Détecter les phrases trop longues..s
- Sentir si le rythme est fluide

- Repérer les formulations maladroites
- Corriger les mots inutiles

3. Commence par la structure

Avant de te focaliser sur les fautes :

- Vérifie l'ordre des chapitres
- Regarde si chaque section a une idée principale claire
- Pose-toi la question : est-ce que ce passage sert mon message principal?

4. Corrigé par étapes

Divise ton travail en plusieurs passes, par exemple :

1. Passage 1 : la clarté

- Est-ce que mes idées sont bien expliquées ?
- Y a-t-il des paragraphes confus ou inutiles ?

2. Passage 2 : le style

Utilisation du “je” ou du “vous” : est-ce cohérent ?

Éviter les répétitions

Supprimer les adverbes inutiles (ex: très, s, vraiment, totalement)

3. Passage 3 : l’orthographe et la grammaire

Utilise des outils comme Antidote, Scribens, ou le correcteur de Word ou Google Doc.

Demande l’avis d’un ami ou d’un relecteur pro si possible..

5. Les erreurs fréquentes à traquer

- Les répétitions de mots (ex. : ce livre” répété 4 fois en un paragraphe)
- Les phrases trop longues
- Les changements de ton ou de style
- Les incohérences de temps (présent/passé)
- Les abandons de promesses : si tu promets une astuce ou une étape, livre-la..

6. Exercice du jour

- Relis tout ce que tu as écrit jusqu'ici.
- Supprime les 10 mots les plus inutiles de ton texte.
- Simplifie 5 phrases trop complexes.
- Lis à voix haute au moins un chapitre

Jour 10 : Préparer la publication et publier sur Amazon KDP

Félicitations ! Si vous êtes arrivés jusqu'ici, cela signifie que vous avez un manuscrit complet, relu, corrigé et prêt à être partagé avec le monde. Il est maintenant temps de passer à une étape palpitante : publier ton livre et le rendre disponible à la vente, notamment via Amazon KDP (Kindle Direct Publishing).

1. Formatage de ton manuscrit

Avant de publier, ton texte doit être formaté proprement. Voici ce que tu dois vérifier :

- Titres et sous-titres hiérarchisés
- Paragraphes bien espacés
- Aucune ligne orpheline ou veuve (dans les livres papier).
- Table des matières (cliquable pour les ebooks).

- Justification du texte pour un rendu professionnel

Utilise des outils comme Microsoft Word, Google Docs, ou Atticus, ou bien Canva pour les livres illustrés.

2. Créer une couverture percutante

La couverture est ce que les lecteurs voient en premier. Elle doit :

- Être professionnelle, claire et lisible en miniature.
- Donner une idée du contenu ou du ton du livre.
- Contenir le titre, le sous-titre et ton nom.

Pour la création de la couverture, utilise Canva, BookBolt, ou Fiverr pour créer ta couverture (format KDP : 6 x 9 pouces pour les livres papier).

Pour conclure ce chapitre, écrire un livre en dix jours n'est pas un rêve irréalisable. C'est un défi audacieux, mais accessible à toute personne motivée, disciplinée et claire sur son objectif. Vous n'avez pas besoin d'être un écrivain célèbre ni de posséder une maîtrise parfaite de la langue. Ce qu'il te faut, c'est une idée, une méthode et la volonté de la concrétiser. Imaginez-vous tenir votre propre livre entre les mains.

Imaginez inspirer, aider ou divertir des lecteurs dans le monde entier. Chaque jour compte. Chaque mot écrit te rapproche de la ligne d'arrivée.

Dans ce chapitre, nous n'avons pas abordé comment éditer, formater, créer une couverture professionnelle et publier sur Amazon. Ces trois sujets feront l'objet de nos prochains chapitres.

CHAPITRE 7

Comment formater et éditer un livre professionnellement

Publier un livre ne se limite pas à l'écriture. Une fois le dernier mot posé, une étape cruciale commence : le formatage et l'édition. Ces deux processus permettent de transformer un manuscrit brut en un livre prêt à être publié et apprécié par les lecteurs. Ce chapitre vous guide pas à pas dans l'art de formater et d'éditer votre livre, qu'il soit destiné à l'impression ou au format numérique.

7-1. La différence entre l'édition et le formatage

Avant d'aller plus loin, faisons la distinction entre deux étapes essentielles :

- L'édition concerne le contenu. Cela inclut la correction grammaticale, l'amélioration du style, la cohérence narrative et l'organisation des idées entre les chapitres.
- Le formatage s'intéresse à la mise en page du texte pour qu'il respecte les standards de lecture (polices, marges, pagination, etc.), tant pour l'impression que pour le numérique.

Ces deux étapes sont complémentaires et doivent être menées avec rigueur pour assurer une expérience de lecture fluide.

7-2. L'édition : corriger, améliorer, structurer

Il est important de commencer par relire votre texte pour corriger les fautes d'orthographe, de grammaire et de ponctuation ainsi que les erreurs de syntaxe. Utilisez des outils comme Antidote, Grammarly (pour les textes en anglais), ou LanguageTool. Vous avez un doute, n'hésitez pas à faire appel à un freelance spécialisé dans la relecture et la correction ("proofreading") sur des plateformes comme Fiverr ou Upwork. Cela vous permettra de garantir un contenu de qualité professionnelle.

Deuxième relecture : la fluidité et la clarté

Ensuite, focalisez-vous sur la fluidité des phrases, la structure des paragraphes et la cohérence des idées. Évitez les répétitions, raccourcissez les phrases trop longues, et simplifiez le vocabulaire si nécessaire.

Astuce : lisez votre texte à voix haute. Cela vous aide à repérer les phrases maladroites ou trop complexes.

L'édition structurelle

À cette étape, vous analysez votre texte dans son ensemble :

- L'introduction est-elle engageante ?
- Les chapitres suivent-ils une progression logique ?
- Y a-t-il des passages inutiles ou répétitifs ?
- Le ton est-il cohérent tout au long du livre ?

N'hésitez pas à réorganiser, ajouter ou supprimer des sections si cela améliore la qualité globale de votre ouvrage.

7-3- Le formatage : pour une mise en page impeccable

Le formatage est crucial, surtout si vous publiez sur des plateformes comme Amazon KDP. Un mauvais formatage peut nuire à la lecture et générer des commentaires négatifs.

Vous avez passé du temps à écrire votre livre. Vous y avez mis votre énergie, vos idées, vos émotions. Mais une étape reste souvent floue : celle qui transforme un manuscrit en un véritable livre, clair, agréable à lire, prêt à être publié.

7-3-1 Choisir le bon outil

Voici quelques outils recommandés :

- Microsoft Word : pour les débutants, mais à utiliser avec rigueur.
- Google Docs : pratique pour la collaboration.
- Scrivener : excellent pour les auteurs professionnels.
- Atticus, Reedsy Book Editor, ou Vellum (Mac uniquement) : outils spécialisés dans le formatage de livres.

Pour un livre papier, les tailles les plus courantes sont :

- 6 po x 9 po (15,24 cm x 22,86 cm)
- 5 po x 8 po (12,7 cm x 20,32 cm)

Sur Amazon KDP, vous devez choisir ce format avant de finaliser la mise en page.

7-3-2- Paramétrer les marges et l'interligne

Des marges trop petites rendent la lecture difficile. Voici un exemple pour un livre de 6 x 9 po :

- Marges intérieures : 2 cm
- Marges extérieures : 1,5 cm
- Interligne : 1,15 à 1,5.

N'oubliez pas les **marges miroirs** (ou marges de reliure) pour les livres imprimés.

7-3-3- Police et taille de texte

Choisissez une police lisible et professionnelle comme :

- Garamond
- Georgia
- Times New Roman
- Palatino Linotype

Taille recommandée : **11 à 12 points** pour le texte, plus grand pour les titres.

7-3-3- Titres, chapitres et numérotation

- Créez une hiérarchie claire : titre principal (Titre 1), sous-titres (Titre 2), etc.
- Ajoutez une page de titre, un sommaire (liens cliquables pour les ebooks), et des pages de chapitre.
- Numérotez vos pages à partir de l'introduction (les pages de garde restent sans numéro).

7-3-4- Images et éléments graphiques

Si votre livre contient des images :

- Assurez-vous qu'elles soient en haute résolution (300 DPI pour l'impression).
- Centrez-les, encadrez-les si nécessaire.
- Ne surchargez pas votre livre : l'image doit servir le propos.

7-3-5. Formatage pour ebook (Kindle)

Pour les ebooks, certaines règles spécifiques s'appliquent :

- Le format recommandé est **EPUB** ou **MOBI**.
- La mise en page doit rester **réactive** : évitez les mises en page fixes comme dans un PDF.
- Chaque chapitre doit commencer sur une nouvelle page.
- Les polices et tailles de texte doivent rester **adaptables** par le lecteur.

Vous pouvez utiliser l'outil **Kindle Create** d'Amazon pour convertir facilement un fichier Word en ebook Kindle.

Avant de publier, assurez-vous de :

- Vérifier que tous les chapitres sont bien inclus.
- Tester votre livre sur plusieurs appareils (Kindle, tablette, ordinateur).
- Imprimer une version papier si vous publiez également en format physique.
- Relire attentivement votre livre après formatage : certaines erreurs peuvent apparaître lors de la conversion.

Pour conclure ce chapitre, formater et éditer un livre sont des étapes clés qui déterminent la qualité perçue de votre œuvre. Un bon contenu mal présenté peut perdre toute sa valeur. Prenez le temps de peaufiner votre manuscrit, de corriger, de tester et de formater avec soin. Si vous respectez ces étapes, vous augmentez vos chances de captiver vos lecteurs et de réussir votre publication, que ce soit en format papier ou numérique. N'oubliez jamais : la qualité inspire la confiance, et un livre bien édité est le premier pas vers le succès en auto-édition. Votre livre mérite d'être lu... donnez-lui la présentation qu'il mérite.

CHAPITRE 8

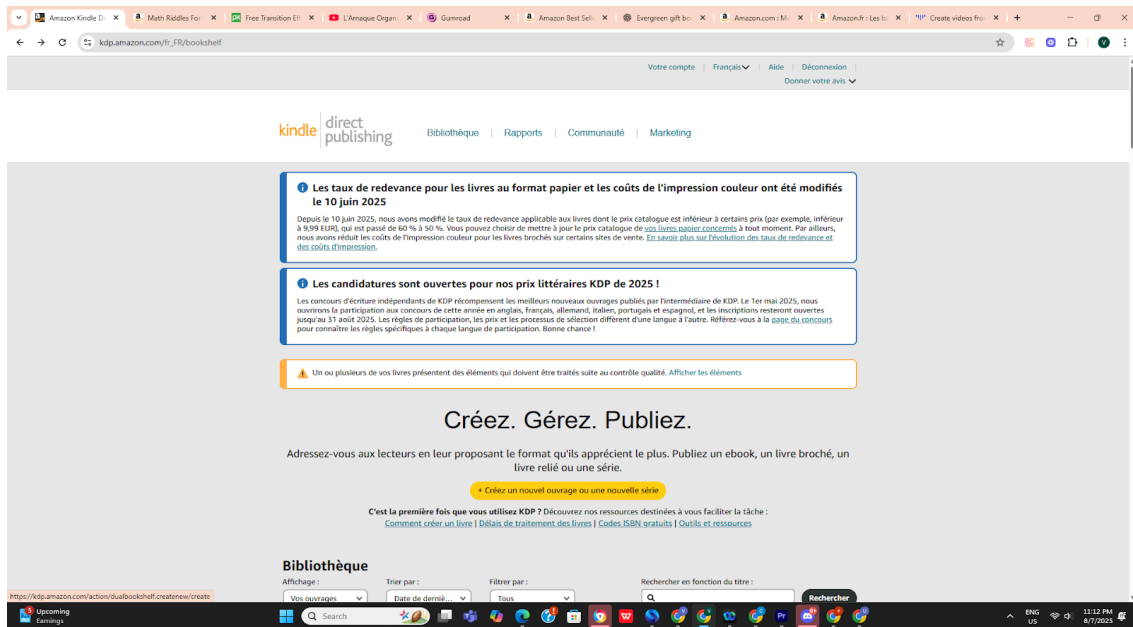
Publier ton livre sur Amazon KDP

Une fois ton livre terminé et bien préparé, vient l'étape la plus cruciale, publier sur Amazon KDP (Kindle Direct Publishing). Cette plateforme te permet de proposer ton livre en format numérique (Kindle), broché (papier), et même en livre audio via ACX (Audible). Les étapes à suivre pour publier votre livre, l'optimiser pour les moteurs de recherche d'Amazon, choisir les bons mots-clés et fixer un prix stratégique.

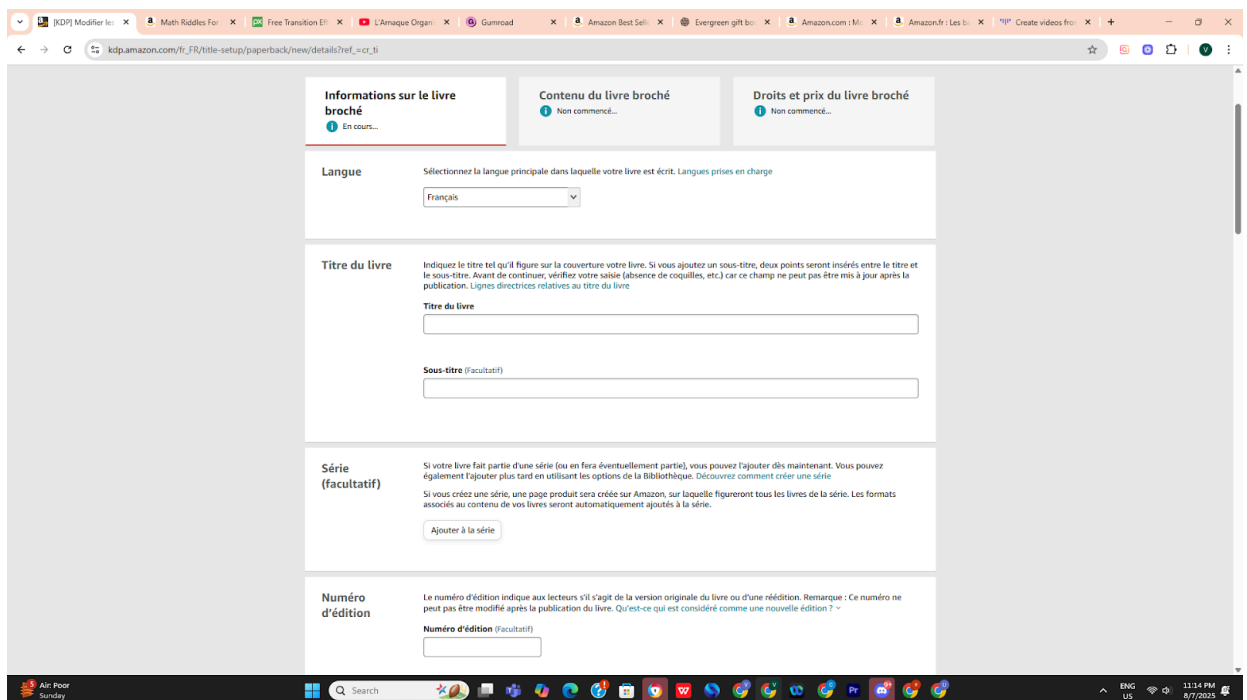
Étape 1 : Télécharger ton manuscrit

Connecte-toi à kdp.amazon.com ou kdp.amazon.fr puis :

- Clique sur “Créer un nouveau livre” (Kindle ou broché).



- Remplir les informations de base : titre, sous-titre, auteur, description, etc;



- Télécharge ton manuscrit et ta couverture au format demandé (PDF recommandé pour les livres brochés).

Étape 2 : Choisir les bons mots-clés (très important)

Amazon te permet d'ajouter jusqu'à 7 mots-clés lors de la mise en ligne. Ces mots-clés influencent directement :

- Ta visibilité dans les résultats de recherche
- Ton classement dans les catégories
- Ton taux de clics (si bien choisis).

Comment choisir des mots-clés efficaces ?

Voici une méthode simple et puissante :

1. Mets-toi à la place du lecteur.

Demande-toi : que taperait mon client idéal dans la barre de recherche Amazon ?

2. Utilise l'autosuggestion Amazon.

Tape un mot-clé dans Amazon et observe les suggestions automatiques.

Ce sont des recherches populaires !

3. Utilise un outil comme Publisher Rocket, Helium 10 ou Keyword Tool Dominator ou KDSPY.

Pour bien démarrer sur Amazon KDP, je vous recommande Publisher Rocket : un outil pratique avec un paiement unique, sans abonnement mensuel.

Il montre le volume de recherche, la concurrence et le potentiel de classement des mots-clés.

1. Inspire-toi des livres concurrents...

Regarde les titres et descriptions des livres similaires. Quels mots-clés reviennent souvent ?

2. Sois spécifique (et non générique)...

Mauvais : « enfants »... Meilleur : « cahier d'activités pour enfants 6-8 ans vacances »...

3. Utilise des combinaisons de mots-clés...

Amazon traite les phrases comme des regroupements de mots. Par exemple :

livre coloriage dinosaures garçons » permet d'être trouvé sur :

- livre coloriage...

- coloriage dinosaures...
- Dinosaures garçons...
- livre garçons...

4. Fais des tests !

Change certains mots-clés après 1 mois pour voir s'il y a une amélioration du classement ou des ventes.

Exemples de bons mots-clés pour un livre enfant :::

Cahier d'activités, cahier vacances 7 ans, activités ludiques vacances été enfants ;;;

Livre de coloriage, coloriage animaux mignons, livre animaux, coloriage facile 4 ans ;;;

Journal de gratitude, journal bien-être enfant, apprendre pour enfants, gratitude 6-10ns ;;;

Livre d'apprentissage, écriture lettres maternelle, exercices écriture, graphisme CP ;

Étape 3 : Choisir les catégories

Amazon te permet de sélectionner trois catégories. Pour en choisir d'autres (jusqu'à 10), tu peux faire une demande via leur support.

Choisis des catégories pertinentes mais moins concurrentielles. Exemples :

- Ne vise pas « Livres > Enfants » (trop général)...
- Préfère « Livres > Enfants > Activités manuelles > Coloriage »...

Astuce : utilise le site bookbeam.io/categories pour explorer toutes les catégories KDP ou bookbolt pour les livres du low content...

Étape 4 : Fixer le bon prix

Voici les fourchettes classiques :

ebook 2,99-5,99€

livres brochés : 6,99-9,99 euros ;;;

Pense à la valeur perçue :

- Un livre avec une belle couverture avec 100 pages et un bon titre peut facilement se vendre... 9,99 €

Utilise des offres limitées comme les prix de lancement et les offres spéciales pour booster les ventes initiales.

Étape 5 : Optimiser ta fiche produit

C'est là que tu vas convertir les visiteurs en acheteurs !

Ton titre doit être :

- Clair..
- Mots-clés intégrés naturellement
- Orienté bénéfices pour l'enfant ou le parent..

Exemple : Mon cahier de vacances 6-8 ans – jeux, coloriages, maths & lecture pour s'amuser tout l'été !

Description persuasive (avec HTML)

Ta description doit :

- Présenter les bénéfices concrets du livre.
- Utiliser des puces pour la lisibilité.
- Être optimisée SEO (utilise tes mots-clés à plusieurs reprises).

Tu peux utiliser ce format HTML simplifié :

Pourquoi choisir ce cahier ?

- ✓ Activités variées : coloriage, maths, lecture, écriture.
- ✓ Spécialement conçu pour les 6-8 ans
- ✓ Favorise la confiance, la concentration et l'autonomie.

Colle ce code directement dans la section description de KDP.

Étape 6 : Choix des mots-clés SEO (hors Amazon)

Si tu comptes promouvoir ton livre sur Google, YouTube, ou Pinterest, pense aussi à ces mots-clés :

- « cahier d'activités rentrée scolaire ».
- « idées jeux éducatifs enfants ».
- « Livre apprentissage CP CE1 CE2 ».
- « cahier d'activités éducatif ».

Bonus : intègre ces mots-clés dans tes fichiers PDF, titres de visuels, ou descriptions Pinterest pour un meilleur référencement.

Publier ton livre sur KDP est une étape stratégique. Ne te contente pas de cliquer sur "Publier" trop vite. Prends le temps de :

- Choisir les bons mots-clés
- Optimiser ton titre et ta description.
- Fixer un prix compétitif.

Cela peut faire la différence entre 0 ventes par moi et plusieurs centaines !

CHAPITRE 9

Stratégies de lancement efficaces

Lancer ton livre est une étape cruciale qui peut déterminer son succès ou son échec. Même le meilleur contenu du monde peut passer inaperçu sans une stratégie de lancement efficace. Dans ce chapitre, nous allons explorer comment maximiser tes premières ventes, bâtir une communauté de lecteurs fidèles, et transformer ton livre en une source de revenus passifs durable.

Gagner tes premières ventes rapidement

Dès le lancement, il est essentiel de créer un pic d'attention autour de ton livre. Voici quelques méthodes simples mais efficaces :

- Préparer un plan de communication avant la sortie : Commence à parler de ton livre au moins 2 semaines avant sa sortie sur les réseaux sociaux, ta newsletter ou des groupes ciblés.
- Utiliser les précommandes sur KDP : cela permet de cumuler des ventes avant le jour de lancement, boostant ainsi ton classement Amazon dès le premier jour.

- Demander des critiques : envoie des copies gratuites à tes proches ou à des lecteurs cibles pour obtenir rapidement des commentaires positifs.

Amazon KDP offre des options intéressantes pour lancer ton livre grâce à la gratuité ou à des promotions temporaires :

- KDP Select : te permet de proposer ton livre gratuitement pendant 5 jours sur une période de 90 jours. C'est un excellent moyen d'attirer de nouveaux lecteurs.
- Offres Kindle Countdown : permet de réduire le prix de ton livre pendant une période définie tout en gardant une visibilité accrue.
- Partage sur les réseaux sociaux : prépare des visuels attrayants et partage ton lien Amazon sur TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, etc. Demande à tes abonnés de soutenir ton lancement en laissant un avis.

Créer une base de lecteurs fidèles

Construire une communauté autour de ton contenu est une stratégie à long terme :

- Créer une newsletter : propose un bonus gratuit (ex. : mini-guide PDF) en échange de l'adresse e-mail de tes lecteurs.
- Utiliser les réseaux sociaux intelligemment : Créer une page dédiée à ton livre ou ton activité d'auteur pour publier des extraits, répondre aux commentaires, et garder l'audience engagée.
- Créer un groupe privé : Facebook ou Discord sont idéaux pour rassembler une communauté autour de tes livres.

Générer des revenus passifs et réguliers

L'objectif n'est pas seulement de vendre ton livre une fois, mais de créer un flux de revenus constant. Voici les stratégies gagnantes :

- Publier plusieurs livres : Plus tu as de livres, plus tu augmentes les chances d'achat croisé (cross-selling).
- Créer une série ou une collection : Les lecteurs qui aiment le premier livre voudront acheter les suivants.
- Optimiser ta fiche produit en continu : Mets à jour ton titre, description, mots-clés et visuels selon les tendances et les retours.

Le pouvoir du catalogue

Un catalogue bien construit agit comme une machine à revenus passifs.

Chaque livre agit comme une porte d'entrée vers ton univers :

- Diversifie tes niches : expérimente plusieurs thèmes pour identifier ceux qui fonctionnent le mieux.
- Ajoute des livres complémentaires : si tu as un guide pratique, crée un cahier d'exercices, un journal, ou un planner en rapport.

Stratégie "One Book a Week"

Cette stratégie consiste à publier un livre par semaine. Cela semble intense, mais c'est réalisable avec des livres courts ou à contenu faible comme les carnets, les planners, les journaux ou les cahiers d'activités. L'avantage :

- Tu occupes plus d'espace sur Amazon.
- Tu multiplies les opportunités de vente.
- Tu apprends vite ce qui fonctionne.

Automatiser ton processus

Pour tenir sur le long terme, tu dois créer des systèmes :

- Modèles réutilisables : créer des templates pour la mise en page, les fiches produits, les visuels.
- Outils d'automatisation : utilise des plateformes comme Canva, BookBolt, ou AI tools pour accélérer la création.
- Planification des contenus : utilise des outils comme Notion ou Trello pour planifier tes publications, promos, et lancements.

Félicitations ! Si tu lis ces dernières lignes, c'est que tu es allé(e) jusqu'au bout de ce guide, et surtout, que tu es déterminé(e) à passer à l'action. Tu sais maintenant qu'il est possible de générer des revenus grâce aux produits digitaux, même sans être expert au départ, et sans investir des sommes énormes.

Tu as découvert comment trouver une idée, structurer ton contenu, créer un produit de qualité, le formater, l'éditer, le publier sur Amazon KDP, et surtout, comment le vendre intelligemment. Chaque chapitre a été conçu pour te guider pas à pas, avec des actions concrètes que tu peux mettre en place immédiatement.

Mais voici une vérité que tu dois garder à l'esprit : les résultats viennent avec la régularité, pas la perfection. Ton premier produit ne sera peut-être pas un

best-seller – et ce n'est pas grave. L'important, c'est d'apprendre, d'améliorer, et de publier à nouveau.

Un produit = une opportunité.

Dix produits = un catalogue puissant.

Cent produits = une machine automatique à revenus.

N'attends pas que tout soit parfait. L'action bat la réflexion excessive. Et surtout, rappelle-toi que tu construis quelque chose de plus grand : ta liberté, ton indépendance, et peut-être même ton futur business à plein temps.

Le moment d'agir, c'est maintenant.

Publie. Partage. Apprends. Améliore. Et recommence.

CHAPITRE 10

Analyser tes résultats et t'améliorer

Pprès de 70 % des auteurs autoédités sur Amazon KDP ne consultent jamais leurs données de vente ou les retours des clients, manquant ainsi des occasions cruciales d'améliorer la performance de leurs livres. Sans examiner la manière dont se vendent vos titres, les retours des lecteurs ou l'efficacité de vos stratégies marketing, il est possible que vous naviguiez à l'aveugle dans un marché saturé. Il est primordial de comprendre les chiffres et les tendances de vos ventes de livres pour prendre des décisions éclairées qui mèneront à de meilleurs résultats au fil du temps. Ce chapitre vous accompagnera dans l'examen minutieux de vos données de publication, vous aidant à identifier vos points forts et les modifications qui pourraient avoir un impact significatif.

Analyser vos ventes Amazon KDP et la performance de votre livre

Il peut sembler écrasant de comprendre les données relatives à vos ventes, classements et critiques lorsque vous publiez votre premier ouvrage sur Amazon KDP. Toutes ces données et analyses sont à votre disposition pour vous soutenir dans votre évolution en tant qu'écrivain et éditeur.

Tout débute avec le tableau de bord KDP, l'endroit central où vous évaluez vos résultats. Une fois connecté à KDP, vous êtes dirigé vers le tableau de bord principal.

Par la suite, un onglet nommé « Rapports » dirige vers la section dédiée aux rapports KDP.

Cette page offre une vue d'ensemble succincte des unités écoulées, des pages consultées (pour Kindle Unlimited), des droits d'auteur reçus et du rendement de l'ensemble de vos œuvres publiées sur des intervalles choisis par l'utilisateur.

En cliquant sur « Tableau de bord des ventes », des graphiques interactifs s'affichent. En choisissant une vue quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle, vous pouvez identifier différents types de motifs dans vos ventes de livres. Par exemple, trois ventes quotidiennes sur une semaine pourraient indiquer un lancement progressif mais constant, tandis qu'une hausse inattendue le sixième jour pourrait signifier une promotion réussie. En examinant les données de vente mois par mois, il est plus simple d'évaluer l'augmentation ou la diminution de la popularité d'un livre, ou de constater comment cela évolue autour des dates de sortie récentes ou des périodes festives. Il se pourrait que certaines personnes remarquent une forte hausse de leurs ventes

chaque décembre, indiquant une tendance saisonnière ou l'efficacité d'une campagne marketing hivernale.

En plus des ventes, les classements de livres constituent un indicateur puissant de performance. Chaque page du livre affiche son classement actuel dans la boutique Amazon : à la fois un classement des best-sellers basé sur tous les livres en général et des classements pour chaque catégorie spécifique. Ces mises à jour se font régulièrement, parfois toutes les heures. Si un roman d'amour fraîchement publié passe du rang #100 000 au rang #5000 dans sa catégorie en l'espace d'un week-end, cela témoigne d'une soudaine augmentation des ventes et d'un intérêt croissant. Il arrive parfois qu'un livre grimpe rapidement suite à une présentation sur un blog ou à une campagne publicitaire, pour ensuite redescendre au cours d'une semaine calme. Cela met en évidence la visibilité du livre auprès de lecteurs potentiels.

Il est tout aussi crucial de comprendre les avis des clients et les notes par étoiles. Chaque livre reçoit des retours précis via le système d'évaluation d'Amazon, qui sont visibles dans la section “Avis des clients” de la fiche du produit. Ces évaluations présentent une note moyenne et un ensemble de commentaires individuels. Au lieu de se concentrer sur des critiques

individuelles, recherchez les motifs qui émergent fréquemment. Par exemple, si plusieurs avis trois étoiles consécutifs soulignent un rythme lent, il est probable qu'il s'agit d'un problème structurel. Un écrivain pourrait observer une baisse significative des ventes trois semaines après la publication de commentaires négatifs, indiquant que le bouche-à-oreille a freiné l'élan. Inversement, une montée de critiques élogieuses sur un protagoniste attachant pourrait coïncider avec une hausse des ventes au cours de la même semaine, suggérant que la connexion du lecteur stimule les achats.

Identifier les forces et les faiblesses de votre stratégie éditoriale

Commencez par imprimer vos rapports de ventes les plus récents et vos résumés de retours. Identifiez chaque livre qui a maintenu des ventes constamment supérieures aux autres. Recherchez des pics ou des tendances évidentes dans vos chiffres de vente. Est-ce qu'un livre a connu une vente beaucoup plus importante après une certaine date ? Y a-t-il des périodes ou des fêtes où vos ventes augmentent ou diminuent ? Faites une rapide annotation pour chaque variation significative des ventes, et associez-les à des éléments spécifiques du livre, comme le téléchargement d'une nouvelle

couverture ou la mise à jour du titre. Cette comparaison directe établit une base solide pour une évaluation plus approfondie.

Identifier les forces et les faiblesses précises

Concentrez-vous sur un livre qui, selon vous, se démarque, que ce soit en termes de ventes élevées ou de faibles performances. Présenter son rapport de ventes, sa liste d'évaluations et l'ensemble d'avis clients. Ouvrez votre carnet et consacrez une page à l'analyse de cinq éléments clés : la couverture, le résumé du livre, les mots-clés, les catégories et les avis des lecteurs. Chaque titre doit être mis en page sur une ligne séparée.

Conception de couverture

Imprimez ou affichez les couvertures de vos produits les plus performants et les moins performants côte à côte. Posez-vous la question : Le vendeur de haute qualité a-t-il une apparence brillante, professionnelle ou audacieuse ? Le vendeur le moins bien classé semble-t-il peu clair ou hors du genre par rapport aux autres ? Imaginez que vous naviguez en tant que client. Est-ce que la couverture retiendra votre attention ? Avez-vous modifié une couverture suite à des retours concernant ses couleurs, ses polices ou ses images ? Par exemple, si le Livre A a enregistré une augmentation de 30 %

des ventes suite à une mise à jour de couverture plus propre et correspondant au genre, notez cette corrélation manifeste sous le titre « Design de couverture ».

Description du livre

Lisez à voix haute les descriptions de vos livres. La description du meilleur vendeur est-elle colorée, attire-t-elle l'attention du lecteur dès la première ligne, ou explique-t-elle clairement l'histoire ou le but ? Comparez cela avec votre titre sous-performant. Y a-t-il des phrases ambiguës, des fautes de grammaire ou un bloc de texte ? Si vos ventes ont augmenté lorsque vous avez modifié une description pour mettre en avant un thème spécifique et unique, notez cette observation. Par exemple : « Suite à l'ajout de points de repère et de mots-clés de genre plus explicites, le Livre B a reçu davantage d'avis positifs dans les critiques pour sa facilité de compréhension'. »

Les mots clés

Listez les mots-clés attribués à chaque ouvrage. Vérifiez-les dans votre rapport de vente en comparant avec les pics de vente visibles. Un mot-clé spécifique a-t-il amélioré le classement dans la barre de recherche d'Amazon ? Si vous avez remplacé un mot-clé générique par un terme spécifique à une

niche et que vous avez remarqué une augmentation des impressions sur le tableau de bord KDP, prenez note de cette relation. L'échange de « romance » par « romance de deuxième chance pour pompiers » dans les mots-clés du Livre C a conduit à un doublement des vues hebdomadaires et à une augmentation progressive des critiques mentionnant « exactement ce que je cherchais ».

Les catégories

Vérifiez si vos livres sont répertoriés dans des catégories plus compétitives ou moins explorées. Notez quels livres obtiennent le bandeau « #1 Nouveauté » ou affichent un classement stable dans des sous-catégories. Un passage d'une catégorie générale comme « Développement personnel » à une catégorie plus ciblée comme « Écriture de journaux » a-t-il entraîné des ventes quotidiennes plus régulières ? Reliez ces détails explicitement sous la section « Catégories ». Enregistrez quels livres bénéficient d'un reclassement et mettez en évidence les choix de catégories qui ne semblent pas avoir d'impact sur les ventes.

Les prix de vos livres

L'établissement des prix est un autre levier d'amélioration. Si votre analyse révèle que le prix de votre livre est supérieur à celui des titres comparables et que les ventes sont faibles, envisagez de l'abaisser par petites étapes. Ne modifiez jamais les tarifs de façon aléatoire. Vérifiez plusieurs ouvrages concurrents et prenez note de leur tarification pour une longueur et un genre similaires. Si les bestsellers de taille comparable se vendent tous entre 2,99 \$ et 3,99 \$, mais que votre titre est fixé à 5,99 \$, envisagez de baisser votre prix à 3,99 \$ et surveillez les ventes sur une période de deux semaines. Notez vos ventes quotidiennes moyennes actuelles avant d'opérer le changement. Après une période de deux semaines, comparez vos nouvelles ventes et redevances. Si la réduction de prix entraîne une augmentation significative des ventes unitaires et des redevances constantes, votre nouveau tarif est plus efficace.

Avis des lecteurs

Rassemblez un échantillon d'avis pour chacun de vos livres, à la fois positifs et négatifs. Recherchez les idées qui reviennent ou les mots récurrents. Les lecteurs félicitent-ils une intrigue captivante ou plusieurs mentionnent-ils une mise en page confuse ? Utilisez des traits de comptage chaque fois qu'un sujet est mentionné. Par exemple : « Cinq avis sur dix disent que le livre est

“impossible à lâcher”, mais trois mentionnent un “dialogue maladroit”. »

Concentrez-vous uniquement sur l’observation de ces tendances et sur leur consignation. Ne cherchez pas encore à trouver des solutions.

Checklist pour une auto-évaluation efficace.

Ai-je procédé à une comparaison de chaque aspect crucial pour chaque ouvrage – couverture, résumé, mots-clés, catégories, critiques ?

Ai-je fourni une liste précise de métriques ou de retours spécifiques qui démontrent une amélioration ou un déclin ?

Ai-je examiné les éloges ou les critiques fréquentes, et pas seulement les situations isolées ?

Me suis-je interrogé sur les facteurs pouvant être reliés dans chaque ouvrage, par exemple, une jaquette attrayante attirant des lecteurs vers un livre à la description ordinaire ?

Disposons-nous d'un inventaire clair de mes atouts (aspects valorisés, phases de hausse des ventes) et de mes faiblesses manifestes (zones d'incertitude, périodes de baisse des ventes ou de mauvaises évaluations) ?

Maintenant que vous comprenez comment analyser attentivement vos données de ventes, classements et avis sur Amazon KDP, vous pouvez clairement voir quelles parties de votre approche d'édition fonctionnent et lesquelles nécessitent des améliorations. En examinant ensemble des éléments comme la conception de la couverture, la description du livre, les mots-clés, les catégories et les retours des lecteurs, vous obtenez une vision complète de la performance de vos livres.

Ces informations vous permettent d'apporter des changements ciblés et intelligents, tels que la mise à jour des couvertures, l'amélioration des descriptions, l'ajustement des prix ou l'optimisation des mots-clés, ce qui conduit à une meilleure visibilité et à plus de ventes. En continuant à suivre les résultats avant et après chaque mise à jour, vous mettez en place un processus fiable pour améliorer vos livres au fil du temps.

Avec ces compétences, vous êtes bien armé pour évoluer en toute confiance en tant qu'auteur et éditeur sur Amazon.

CHAPITRE 11

Promotion gratuite et Amazon Ads

Publier un livre sur Amazon ne suffit pas pour le faire connaître auprès des lecteurs et générer des ventes. Il est essentiel de mettre en place des actions pour booster sa visibilité. Vous pouvez, d'une part, utiliser des méthodes de promotion gratuites (réseaux sociaux, blogs, newsletters, partenariats, groupes de lecture, etc.) pour attirer l'attention sur votre livre. D'autre part, vous pouvez opter pour la publicité payante, notamment Amazon Ads, afin de cibler directement les lecteurs intéressés par votre thématique et ainsi augmenter vos chances de ventes. Dans ce chapitre, nous allons énumérer des méthodes et des stratégies pour faire connaître votre livre auprès des lecteurs de façon gratuite et payante en faisant les campagnes publicitaires avec Amazon Ads.

1-1 Promotion gratuite

Lorsque vous débutez votre aventure avec Amazon KDP, il ne suffit pas seulement de publier votre livre. Pour lui donner toutes les chances de se faire remarquer, vous devez mettre en place plusieurs stratégies destinées à booster sa visibilité.

Dans cette section, nous allons découvrir des méthodes 100 % gratuites et simples à appliquer, pour faire connaître votre ouvrage auprès d'un maximum de lecteurs sans dépenser un centime.

Première stratégie : créer un compte Pinterest :

Pinterest fonctionne comme un véritable moteur de recherche visuel.

En créant des épingles au design attrayant et accrocheur, vous pouvez capter l'attention des utilisateurs et les diriger directement vers la page de vente de votre livre ou vers des articles de blog qui en parlent.

Deuxième stratégie : créer un compte Tiktok.

Arrivé dans l'univers des réseaux sociaux en 2018, TikTok a connu une croissance fulgurante. En publiant régulièrement des vidéos courtes, créatives et engageantes, vous pouvez susciter la curiosité des internautes et donner envie à un large public de découvrir votre livre. Un bon “buzz” peut propulser votre ouvrage sous les yeux de milliers de lecteurs potentiels en un temps record.

Troisième stratégie : créer un book trailer.

C'est une courte vidéo (souvent 30 secondes à 2 minutes) qui présente ton livre de façon visuelle et captivante, pour donner envie aux gens de le lire.

On y trouve généralement :

- Le titre et la couverture du livre.
- Quelques phrases percutantes ou citations
- Des images ou vidéos qui reflètent l’ambiance ou l’histoire.
- Une musique qui capte l’émotion.

Vous pouvez poster cette vidéo sur les plateformes comme Facebook et YouTube mais vous devrez avoir des comptes avec ces deux plateformes.

Quatrième stratégie : créer un blog.

Pour réussir sur Amazon KDP sur le long terme et garantir la visibilité de vos livres, il est essentiel de développer votre présence en ligne.

Un blog vous permet non seulement de partager du contenu autour de votre thématique, mais aussi de construire votre notoriété.

Et qui dit notoriété... dit crédibilité !

En publiant régulièrement des articles utiles, inspirants ou divertissants, vous attirez des visiteurs qui peuvent ensuite devenir vos lecteurs fidèles et vos meilleurs ambassadeurs.

Cinquième stratégie : créer un lead magnet.

Avant la sortie de votre livre, vous pouvez créer un lead magnet, c'est-à-dire un ebook gratuit que vous offrez aux lecteurs en échange de leur adresse e-mail. Cela vous permet de constituer une liste de contacts intéressés. Puis, à l'approche de la sortie officielle, par exemple deux semaines avant, vous pouvez leur envoyer une annonce exclusive pour leur présenter votre nouveau livre.

2-Amazon Ads

Avec Amazon Ads, vos livres ont la possibilité d'être affichés à des positions stratégiques sur Amazon, facilitant ainsi l'attraction de l'attention des lecteurs lorsqu'ils parcourent les ouvrages disponibles. Vous avez la possibilité de fixer votre propre budget, vous offrant ainsi un contrôle total sur le montant que vous investissez dans vos campagnes.

Optez pour les publicités Sponsored Products, visibles dans les résultats de recherche et sur les pages des produits, qui orientent les acheteurs vers la page de votre livre s'ils décident de cliquer, ou préférez-vous les publicités Sponsored Brands qui vous offrent l'opportunité de mettre en avant une

gamme de vos ouvrages tout en favorisant votre reconnaissance en tant qu'écrivain, ou encore des publicités vidéo captivantes qui guident les acheteurs vers la page du produit.

12-3-Créer une campagne publicitaire Amazon Ads pour vos livres

1. Vérification de l'éligibilité

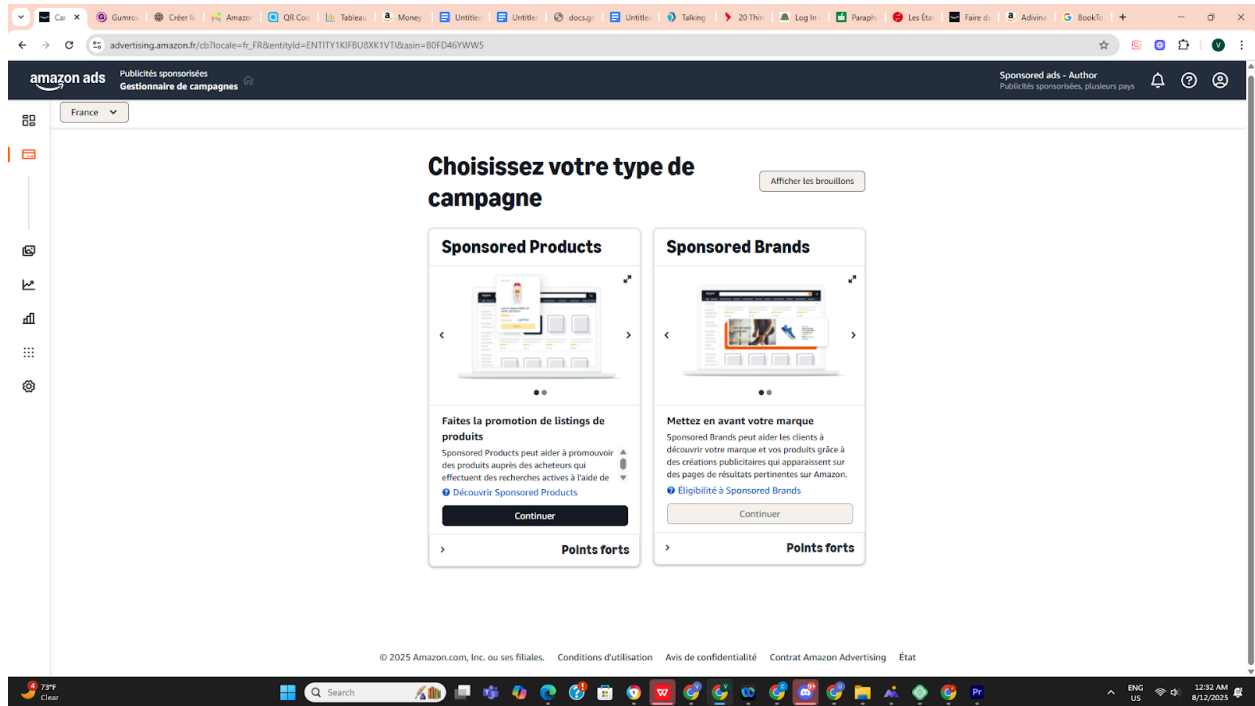
- Livres éligibles :
 - KDP : USA, Canada, Mexique, Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne, France, Pays-Bas, Inde, Australie, Japon.
 - Édition traditionnelle : USA, Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne, France, Canada, Australie.
- Respecter les politiques publicitaires Amazon pour le livre et la création.
- Langue :

- Mentionner “édition [langue]” si différente de la langue du site Amazon.
- Traduire le titre ou texte publicitaire dans la langue locale si possible.

2. Accéder à Amazon Advertising

- Depuis KDP :
 - Tableau de bord → Promouvoir et annoncer → Créer une campagne publicitaire.
- Ou via advertising.amazon.com.

3. Choisir le type de campagne



- Sponsored Products : annonces pour un titre précis.
- Sponsored Brands : visibilité pour plusieurs livres (nécessite un compte Amazon Ads Vendor/Brand Registry).

Sponsored Products sur Amazon, c'est le format de publicité le plus utilisé pour vendre des livres (et d'autres produits) sur la plateforme.

En termes simples :

- C'est une annonce payante qui fait apparaître ton livre dans les résultats de recherche et sur les pages produits d'autres livres similaires.

- Elle est ciblée par mots-clés ou par produits concurrents (ASIN).
- Tu payes uniquement quand quelqu'un clique sur ton annonce (CPC – coût par clic).

Pour un auteur KDP, ça veut dire :

- Ton livre peut apparaître tout en haut quand quelqu'un tape livre de coloriage pour garçons de 7 ans par exemple.
- Tu peux cibler directement les pages produit d'autres livres concurrents pour que le tien s'affiche dans la section "Produits sponsorisés".
- **Avantage principal :**
Très efficace pour booster la visibilité d'un titre précis (nouvelle sortie, livre avec peu de ventes, ou relance des ventes d'un ancien titre).

Sponsored Brands est un format publicitaire Amazon conçu pour mettre en avant plusieurs livres ou l'image de marque d'un auteur/éditeur plutôt qu'un seul titre.

Caractéristiques principales

- Emplacement premium : ces annonces apparaissent en haut des résultats de recherche, souvent avec une grande bannière.
- Contenu personnalisé :
 - Logo ou image personnalisée.
 - Titre ou slogan (titre) accrocheur.
 - Sélection de 2 à 3 livres (ou plus, selon le format).
- Ciblage : par mots-clés, produits (ASIN), ou catégories.
- Modèle de paiement : CPC (coût par clic) — vous ne payez que si quelqu'un clique.

Pour un auteur KDP

- Idéal si vous avez plusieurs livres (ex. série de romans, collection de cahiers d'activités, gamme éducative).
- Permet de développer votre “marque auteur” et de pousser plusieurs titres en même temps.
- Peut rediriger vers :
 - Une page Amazon Store (vitrine de tous vos livres).
 - Une page de résultats filtrée avec vos livres.

Avantages

- Plus grande visibilité que Sponsored Products.
- Présentation plus professionnelle et visuelle.
- Favorise les ventes croisées entre vos titres.

Si vous publiez votre premier ouvrage, il est recommandé de commencer avec Sponsored Products, c'est plus facile.

Sur Amazon Ads, il y a trois grands types de campagnes (ou groupes) que tu peux utiliser.

1-Campagne automatique:

Création de la campagne:

- Sélection du type : Sponsored Products → Ciblage automatique.
- Paramètres à définir :
 - Nom de campagne.
 - Budget journalier.

- Dates de début/fin.
- Stratégie d'enchères (Enchère par défaut).

Ciblage par Amazon

- Amazon analyse les métadonnées de ton livre :
 - Titre, sous-titre, description, catégories, mots-clés KDP, critiques, contenu de la page produit.
- À partir de ces infos, il génère automatiquement des mots-clés et placements pertinents.
- Types de placements :
 - Résultats de recherche Amazon (haut et bas de page).
 - Pages produit (dans la section “Produits sponsorisés similaires”).

Correspondances internes d'Amazon

Amazon utilise 4 sous-catégories de ciblage dans une campagne automatique

1. Close match → Publicités affichées sur des recherches proches de ton produit.
2. Loose match → Publicités affichées sur des recherches plus larges.
3. Substitutes → Ton livre est montré comme alternative à un autre livre similaire.

4. Compléments → Ton livre est montré avec des produits complémentaires.

Diffusion et collecte de données

1. Les annonces commencent à s'afficher immédiatement.
2. Tu paies uniquement au clic (CPC).
3. Amazon enregistre les performances par mot-clé et placement :
 - Impressions
 - CTR (taux de click)
 - CPC moyen
 - ACOS (Coût publicitaire sur les ventes)

c'est le pourcentage de tes ventes qui a été dépensé en publicité. C'est une mesure clé sur Amazon Ads pour savoir si ta campagne est rentable.

Formule:

$$\text{ACOS} = (\text{Dépenses publicitaires} / \text{Ventes attribuées}) \times 100$$

Pour les livres KDP, un ACOS cible entre 20 % et 40 % est souvent recherché, mais ça dépend de ton objectif

Optimisation

- Après 7 à 14 jours, extraire le rapport de recherche (Search Term Report).

- Identifier :
 - Les termes qui génèrent des ventes → à mettre dans une campagne manuelle.
 - Les termes non rentables → à ajouter en mots-clés négatifs pour réduire le gaspillage.

2-Campagne manuelle:

La campagne vise à cibler les mots clés en relation avec votre livre. Il est recommandé d'avoir au moins 20 à 40 mots clés en rapport avec le titre de votre livre. A ce stade vous pouvez utiliser publisher rocket , helium 10 ou encore la barre de recherche d'amazon.

1. Création de la campagne

- Type : Sponsored Products → Ciblage manuel.
- Nom clair :comment investir en cryptomonnaie.
- Budget journalier : 5–15 € au départ.
- Stratégie d'enchères :
 - Les enchères fixes(recommandées au début).

2. Choix du ciblage

A. Ciblage par mots-clés

- Exact match → haute précision, enchère plus élevée.
- Phrase match → couvre recherches proches.
- Broad match → trafic large, enchère plus basse.

3. Ciblage par produits

- ASINs concurrents (livres similaires).

L'ASIN (Amazon Standard Identification Number) est un code unique de 10 caractères (lettres et/ou chiffres) qu' Amazon attribue à chaque produit présent sur sa plateforme.

- Catégories (ex. “Comment investir en stocks”).

Astuce : séparer mots-clés et produits en campagnes distinctes.

4. Enchères

- Ajuster selon la valeur du mot-clé :
 - Mots-clés précis et rentables → +10 à +20 % sur l'enchère.
 - Large match ou placements moins qualifiés → enchère plus basse.

5. Création de l'annonce

- Sélectionner l'ASIN du livre.
- Amazon affiche automatiquement la couverture.

- Ajouter texte personnalisé si option disponible.

6. Lancement et suivi

- Lancer la campagne.
- Surveiller tous les 2-3 jours :
 - Impressions (visibilité).
 - CTR (Click-Through Rate).
 - CPC (Coût par clic).
 - ACOS (rentabilité).

7. Optimisation

- Après 7–14 jours :

Supprimer les mots-clés sans clics ou ventes.

Augmenter les enchères sur mots-clés rentables.

Ajouter des mots-clés négatifs pour éviter le gaspillage

La publicité Amazon est un levier puissant mais qui nécessite une stratégie claire et une gestion régulière. En investissant progressivement, en testant et en ajustant vos campagnes, vous pouvez considérablement augmenter la visibilité et les ventes de vos livres sur Amazon KDP. Ne considérez pas la

publicité comme une dépense, mais comme un investissement. Avec une bonne maîtrise, vous pouvez transformer chaque dollar investi en plusieurs dollars de revenus passifs. Pour finir, il est important de vous faire accompagner pour ne pas brûler votre budget au début.

CHAPITRE 12

Diversifier ses revenus

Lorsque tu commences à générer des ventes sur Amazon KDP, il est naturel de vouloir te concentrer uniquement sur cette plateforme. Mais attention : dépendre d'une seule source de revenus est risqué. Amazon peut modifier ses règles, suspendre ton compte, ou faire évoluer ses algorithmes du jour au lendemain.

C'est pourquoi diversifier tes revenus est une étape stratégique si tu veux bâtir un business durable. Dans ce chapitre, tu vas découvrir comment transformer un simple ebook en un véritable écosystème de produits numériques et physiques, distribué sur plusieurs plateformes.

1. Transformer ton ebook en audiobook avec ACX/Audible

La consommation de contenu change. De plus en plus de personnes préfèrent écouter plutôt que lire. Les podcasts, les livres audio, les vidéos prennent une place majeure dans le quotidien des gens.

Pourquoi créer un audiobook ?

- **Accès à un nouveau public** : les personnes malvoyantes, en déplacement, ou qui préfèrent écouter que lire.
- **Nouvelle source de revenus** : tu vends le même contenu, sous un format différent.
- **Moins de concurrence** : il y a beaucoup moins d'audiobooks que d'ebooks sur la majorité des niches.

1. Transformer ton ebook en audiobook avec ACX / Audible

La consommation de contenu change. De plus en plus de personnes préfèrent écouter plutôt que lire. Les podcasts, les livres audio, les

vidéos prennent une place majeure dans le quotidien des gens.

Pourquoi créer un audiobook ?

- Accès à un nouveau public : les personnes malvoyantes, en déplacement, ou qui préfèrent écouter que lire.
- Nouvelle source de revenus : tu vends le même contenu, sous un format différent.
- Moins de concurrence : il y a beaucoup moins d'audiobooks que d'ebooks sur la majorité des niches.

2-Comment créer un audiobook sur ACX ?

ACX (Audiobook Création Exchange) est la plateforme d'Amazon pour publier sur Audible, Amazon et iTunes.

Étapes :

1. Crée un compte sur ACX.com
2. Recherche ton livre publié sur Amazon KDP
3. Choisis :
 - Narrateur externe (tu fais appel à un narrateur pro via ACX)
 - Tu enregistres toi-même (avec micro, Audacity ou GarageBand)
4. Envoie ton audio aux standards ACX
5. Fixe tes droits d'auteur :
 - Royalty Share : tu partages les revenus avec le narrateur

- Royalty Share Plus : tu paies une avance au narrateur
- Paiement unique : tu engages un narrateur à tarif fixe

6. Publie et touche tes royalties (jusqu'à 40 % du prix de vente).

Pour un livre court, tu peux utiliser des IA vocales comme ElevenLabs pour créer un audiobook de bonne qualité à bas prix (vérifie les règles d'ACX, car certaines restrictions s'appliquent aux voix synthétiques).

2-Vendre en dehors d'Amazon

Ne limite pas ton potentiel de ventes à Amazon. Il existe d'autres plateformes très puissantes où tu peux vendre tes ebooks, printables, produits dérivés ou bundles.

2-1-Gumroad

Gumroad est une plateforme idéale pour vendre des produits numériques comme :

- Ebooks (PDF)
- Cahiers d'activités

- Colorings books imprimables
- Fichiers audio (méditation, audiobook)

Avantages :

- Pas besoin d'attendre la validation d'Amazon
- Tu fixes ton prix librement
- Tu récupères l'e-mail de l'acheteur pour tes campagnes
- Créer une page produit attractive
- Ajoute un extrait gratuit (lead magnet)
- Propose un prix pay-what-you-want si tu débutes

3- Etsy

Si tu crées des journaux imprimables, des fiches d'activités, ou même des fichiers à colorier, Etsy est une excellente vitrine.

Pourquoi Etsy ?

- Très populaire pour les produits créatifs
- Forte demande pour les printables éducatifs, planners, etc.
- Facilité de mise en ligne avec Canva ou PowerPoint

Utilise EverBee pour analyser les meilleurs mots-clés sur Etsy.

4-Ton propre site web

Créer ton site personnel (avec WordPress, Systeme.io ou Shopify) te permet:

- D'avoir une image de marque
- De centraliser tes produits
- De créer des tunnels de vente (funnels)
- De proposer des upsells : ebooks + audiobook + vidéos + printables

Avec Système.io, tu peux créer un site + formulaire d'e-mail + tunnel de vente gratuitement.

5-Tiktokshop

Si tu crées des livres physiques, des journaux ou des livres d'activités, tu peux les vendre sur TiktokShop. Pour cela, tu auras besoin d'un petit budget initial pour constituer un stock et expédier les commandes aux clients, ou bien tu peux collaborer avec des librairies locales qui se chargeront de l'expédition pour toi. Pour générer des ventes sur la plateforme, il faudra savoir comment captiver l'attention en postant les vidéos sur votre compte TikTok personnel afin d'assurer le lien avec votre compte TikTok Shop. Et de plus tu peux créer une équipe d'influenceurs qui peuvent poster les vidéos avec vos livres.

En dernier, vous pouvez vendre en live.

C'est une nouvelle marketplace très active, avec peu de concurrence pour les

livres et printables.

Tu peux :

- Vendre tes livres physiques auto-publiés.
- Proposer des versions imprimables de ton ebook.
- Créer une boutique avec tes meilleurs titres.

Crée des vidéos “faceless” avec des extraits de tes livres + musique tendance, et ajoute le lien vers ton TikTok Shop.

6- Bundles et produits dérivés

Un bundle, c’est un pack de plusieurs produits à prix réduit. C’est une stratégie puissante pour :

- Augmenter la valeur perçue.
- Inciter à acheter plusieurs produits d’un coup.
- Vendre plus à ton audience existante.

Exemples de bundles :

- “Pack créatif pour enfants” : cahier d’activités + livre à colorier + fiches PDF.
- “Kit Auteur” : ebook + fiche stratégie + audio + coaching.
- “Pack Développement personnel” : ebook + journal + méditations.

Diversifier tes revenus, c’est bien plus que publier sur Amazon et espérer que tout roule. C’est bâtir un écosystème autour de ton contenu, en maximisant chaque création. Chaque livre peut être décliné, réutilisé, transformé, amélioré.

Tu n’as pas besoin de tout faire d’un coup. Choisis une plateforme alternative et commence petit : un audiobook, un printable sur Etsy, un bundle sur Gumroad et observe les résultats.

CHAPITRE 13

Maximiser ses ventes sur Amazon KDP grâce au contenu A+ et aux avis clients

Il est primordial de se distinguer dans l'univers hautement compétitif d'Amazon KDP pour réussir à vendre ses ouvrages. L'amélioration de la visibilité et du taux de conversion peut être réalisée grâce à deux éléments clés : le contenu A+ (Enhanced Brand Content) et les commentaires des clients. Ce chapitre vous instruira sur la bonne manière d'exploiter le contenu A+ pour mettre en valeur vos ouvrages et comment récolter des commentaires clients véritables qui augmenteront votre crédibilité et propulseront vos ventes.

1. Qu'est-ce que le contenu A+ sur Amazon KDP ?

Le contenu A+ (ou contenu enrichi) est une fonctionnalité d'Amazon qui

permet aux auteurs et éditeurs disposant d'une marque déposée d'ajouter des éléments visuels et textuels supplémentaires sur la page produit de leurs livres. Il peut s'agir de bannières, d'images, de graphiques, de tableaux comparatifs, ou encore de textes explicatifs qui vont au-delà de la description classique.

Initialement réservé aux vendeurs de produits physiques, Amazon a étendu cette fonctionnalité aux livres publiés sur KDP via le programme Brand Registry, afin de permettre aux auteurs de mieux présenter leur travail et de raconter l'histoire derrière leurs ouvrages.

1.2 Pourquoi utiliser le contenu A+ sur KDP

Le contenu A+ apporte plusieurs bénéfices majeurs :

- Amélioration de l'expérience utilisateur : il rend la page produit plus attrayante, professionnelle et immersive
- Augmentation du taux de conversion : les pages avec contenu A+ convertissent mieux, car elles répondent mieux aux questions des

acheteurs et augmentent leur confiance.

- Valorisation de la marque : il permet de raconter votre histoire d’auteur, vos valeurs, et de créer une image cohérente.
- Différenciation face à la concurrence : peu d’auteurs l’exploitent encore, c’est donc un avantage concurrentiel.

2.3 Bonnes pratiques de design et rédaction

- Restez cohérent avec votre identité graphique : les couleurs, la police, le style doivent refléter votre univers.
- Soyez concis et impactant : évitez les longs paragraphes, privilégiez les phrases courtes et les points clés.
- Utilisez des images de haute qualité (minimum 300 dpi).

- Optimisez pour mobile : la majorité des utilisateurs naviguent sur smartphone, assurez-vous que le contenu soit lisible sur petit écran.
- Incluez des appels à l'action doux : par exemple, « Découvrez ce livre qui a changé la vie de milliers de lecteurs » sans forcer la vente.

3. Comment obtenir des avis clients authentiques et positifs ?

Les avis clients sont une preuve sociale cruciale sur Amazon. Ils influencent directement le classement de votre livre, la confiance des acheteurs, et donc vos ventes.

3.1 Pourquoi les avis clients sont-ils essentiels ?

- Amélioration du référencement : plus vous avez d'avis positifs, mieux votre livre est positionné dans les résultats de recherche Amazon.
- Crédibilité accrue : les acheteurs sont rassurés quand ils voient que d'autres lecteurs ont apprécié votre livre.

- Influence sur la décision d'achat : un livre avec beaucoup d'avis a plus de chances d'être choisi.

3.2 Comment encourager vos lecteurs à laisser un avis ?

Incluez à la fin de votre livre une page de remerciements avec un message poli invitant les lecteurs à laisser un avis honnête sur Amazon. Exemple :

« Merci d'avoir lu ce livre ! Vos retours m'aident énormément. Si vous avez apprécié, n'hésitez pas à laisser un avis sur Amazon. Cela prend 2 minutes et fait toute la différence. »

L'e-mailing (si vous avez une liste)

Si vous avez une base d'e-mails de vos lecteurs (via newsletter, site web...), envoyez un message personnalisé pour leur demander un avis, en leur rappelant que leurs retours sont précieux.

Les réseaux sociaux et communautés

Partagez régulièrement vos livres sur vos réseaux sociaux et encouragez vos followers à laisser un avis après lecture. Impliquez-vous dans les groupes Facebook, forums, Reddit autour de votre thématique pour créer des échanges authentiques.

Offrir un bonus ou un cadeau

Proposez un bonus gratuit (un PDF complémentaire, une fiche pratique, un mini-cours) en échange d'un avis honnête. Attention à ne pas forcer l'avis positif, mais à motiver la démarche.

3.3 Ce qu'il faut éviter

- Ne pas acheter d'avis : c'est contre la politique d'Amazon, et peut entraîner la suppression de vos avis ou la fermeture de votre compte.
- Ne pas forcer les avis positifs : demandez des avis honnêtes, même si certains sont négatifs. Un bon ratio d'avis positifs naturels inspire plus confiance.
- Ne pas harceler les lecteurs : une seule demande polie suffit. Trop de sollicitations peuvent agacer.

3.4 Comment gérer les avis négatifs ?

- Restez professionnel et calme : répondez avec politesse si Amazon vous le permet.
- Tirez des enseignements : un avis négatif peut vous aider à améliorer votre contenu.
- Mettez en avant les avis positifs : dans votre contenu A+ ou sur vos réseaux, montrez les témoignages positifs pour contrebalancer.

3.5 Utiliser les programmes Amazon pour booster les avis

- Amazon Vine (pour les vendeurs Vendor) : permet d'envoyer des copies gratuites à des testeurs officiels en échange d'un avis.

- KDP Select : en profitant des promotions Kindle, vous augmentez votre nombre de lecteurs, donc potentiellement d'avis.
- Giveaways et promotions : organisez des concours où les participants doivent lire et laisser un avis (toujours honnête).

4. Cas pratiques : optimiser votre page KDP avec A+ et les avis

Prenons l'exemple d'un auteur indépendant qui publie une série de livres pour enfants.

- Il enregistre sa marque sur Brand Registry.
- Crée un contenu A+ riche avec images des pages intérieures, présentation ludique de l'histoire, et tableau comparatif des différents tomes.
- Dans chaque livre, il invite les parents à laisser un avis.
- Il utilise sa newsletter et son compte Instagram pour solliciter des retours.
- En quelques mois, ses ventes augmentent de 40 %, ses livres obtiennent plus de 150 avis positifs, et il gagne en visibilité sur Amazon.

5- Gagner des avis avec Pubby

Qu'est-ce que Pubby ?

Pubby est une plateforme où les auteurs échangent des lectures et des avis.

- Tu lis les livres des autres auteurs, tu laisses un avis sur Amazon.

- En échange, tu gagnes des "crédits" que tu peux utiliser pour que d'autres auteurs lisent ton livre et te laissent un avis.

Important :

- Les avis doivent être honnêtes, pas forcément 5 étoiles.
- Tu dois avoir un compte Amazon actif avec un historique d'achats pour pouvoir poster des avis.
- Pubby respecte les règles Amazon, car tu ne "payes" pas directement pour un avis, tu payes pour l'accès à la plateforme.

2. Gagner des avis avec Book Bounty

Book Bounty est une approche (souvent gérée par des agences ou en DIY) où tu offres un livre gratuit + une prime ou un bonus aux lecteurs qui s'engagent à te laisser un avis honnête.

- Exemple : offrir la version Kindle gratuitement lors d'une promo KDP Select + offrir un guide PDF bonus ou un code cadeau à ceux qui te prouvent qu'ils ont laissé un avis.

Attention :

- Amazon interdit de payer directement pour un avis ou de demander un avis positif uniquement.
- Le "bounty" doit être perçu comme un cadeau pour participation, pas comme un paiement pour 5 étoiles.

Stratégie pour optimiser Book Bounty

1. Lancer une promo gratuite KDP (5 jours max via KDP Select).
2. Créer une page de capture e-mail (pour collecter les contacts de ceux qui téléchargent ton livre).
3. Offrir un bonus exclusif (ex. chapitre inédit, vidéo, mini-guide) en échange d'un avis honnête.
4. Suivre les lecteurs : leur envoyer un rappel amical après quelques jours pour poster l'avis.
5. Utiliser les réseaux sociaux pour attirer des lecteurs pendant la période gratuite.

3. Combiner Pubby + Book Bounty

- Pubby te donne un flux régulier d'avis de lecteurs/auteurs.
- Book Bounty te permet d'obtenir des avis de lecteurs réels hors plateforme, souvent dans ton audience cible.

Le contenu A+ est un levier sous-exploité sur Amazon KDP, mais qui peut véritablement transformer la présentation de vos livres et rassurer les

acheteurs. Couplé à une stratégie honnête et bien menée pour obtenir des avis clients authentiques, il vous permettra de booster vos ventes et de construire une vraie marque d'auteur solide.

Prenez le temps de créer un contenu riche, professionnel, et engageant, puis cultivez la relation avec vos lecteurs pour leur donner envie de partager leur expérience. Ce sont ces petites actions qui feront la différence dans la réussite de votre aventure KDP.

Stratégie pour optimiser Pubby

- Avoir un livre bien optimisé (couverture pro, description claire, prix abordable pour Kindle).
- Publier en format Kindle (plus rapide et moins coûteux à lire pour les autres membres).
- Cibler la bonne audience sur Pubby (choisir des lecteurs qui aiment ton genre littéraire). Demander un feedback précis (tu peux indiquer ce que tu aimerais qu'ils remarquent : style, illustrations, clarté)

- Être actif : plus tu lis et notes de livres, plus tu reçois d'avis rapidement.

CHAPITRE 14

Comment générer 1000 euros avec Amazon KDP

Amazon KDP est l'un des business models les plus accessibles pour toute personne qui veut débiter un business en ligne. Cependant, comme pour réussir, vous devrez avoir une roadmap et un plan d'action pour atteindre vos objectifs. Dans ce chapitre, je vais vous révéler la roadmap étape par étape

que j'ai utilisée (et que d'autres auteurs utilisent) pour atteindre leurs premiers 1 000 € de revenus avec Amazon KDP même en partant de zéro.

La première étape : trouver une niche ou un sujet du livre rentable.

Avant même d'écrire une seule ligne, il est crucial de choisir un sujet qui se vend. installer l'extension DS Amazon Quick View (gratuite sur Google Chrome).

Elle te permettra de voir en un clin d'œil le **BSR** (Best Sellers Rank ou meilleur vendeur) des livres sur Amazon. Ensuite allez-y dans la catégorie des meilleures ventes, regardez bien, est-ce qu'il y a des sujets de livres que vous pourriez écrire. Par exemple, comment investir en cryptomonnaie. Enfin, regarder si parmi les livres qui suivent le meilleur vendeur ils génèrent presque 500 euros par mois. Si oui, c'est une idée de livre rentable. Vous pouvez utiliser KDSPY pour avoir une idée du nombre de livres et de ce qu'ils génèrent par mois.

Étape 2 : Créer votre livre

Trouver le titre et le sous-titre de votre livre, rédiger le sommaire de votre livre. Vous pouvez espionner les meilleurs vendeurs de votre niche, regarder les bons avis et les mauvais avis laissés par les clients. Demander à ChatGPT

de vous présenter un sommaire par rapport aux informations récoltées. Si vous n'écrivez pas un roman, votre livre doit comporter entre 20 000 et 30 000 mots. Les lecteurs apprécient les livres clairs qui vont droit au but. Un bon titre attire, mais un bon sommaire retient le lecteur et l'incite à acheter.

Pour la rédaction de votre livre, vous pouvez le faire vous même, mais ça vous prendra beaucoup de temps, et vous pouvez déléguer la rédaction de ce dernier auprès d'un ghostwriter sur Fiverr, Upwork ou Urban Writers.

Une fois la rédaction terminée, il est temps de passer à la mise en forme en version ebook et papier.

Pour offrir une expérience de lecture professionnelle et agréable :

- Confiez le formatage à un professionnel afin de structurer parfaitement votre livre (marges, polices, pagination).
- Vous pouvez trouver des freelances compétents sur Fiverr ou Upwork à des tarifs abordables.

Ensuite, créez une couverture qui attire le regard, Engagez un designer spécialisé dans les couvertures de livres (Fiverr et Upwork). Précisez-lui de ne pas copier les visuels ou concepts des meilleurs vendeurs, afin d'éviter les problèmes de copyright et de conserver une identité unique.

Troisième étape

- Allez sur kdp.amazon.com ou Amazon.fr, cliquez sur “Créer un livre”.
- Remplissez les métadonnées (titre, sous-titre, description optimisée avec mots-clés).
- Fixez un prix compétitif (ebook : 2,99 € à 5,99 € / broché : 7,99 € à 12,99 €)

Quatrième étape:

Avant de publier votre livre, ayez un plan de lancement et vous devez avoir au moins 5 avis clients. Ensuite, choisissez une date de lancement dans les 30 premiers jours suivant la publication et organisez un véritable lancement de livre.

La raison pour laquelle tu dois faire ton lancement dans les 30 premiers jours est qu'en plus d'avoir une chance de figurer sur la liste des best-sellers, tu peux aussi apparaître dans la liste des nouvelles sorties populaires. Mais cela n'est possible que durant les 30 premiers jours suivant la publication.

Exemple de calcul pour atteindre 1000 €

Si vous voulez atteindre rapidement vos premiers 1000 euros, évitez les livres du low content, les livres de coloriages et les livres de cuisine et recettes. Les

deux premiers, trop de compétition et les livres de recettes, les coûts d'impression sont trop élevés. Débuter avec le high content.

Les montants varient selon le format et les coûts. Voici des repères utiles.

eBook à 2,99 €

- **Redevance 70 %** (moins $\approx 0,10$ € de frais de livraison)

- Gain net $\approx 2,00$ € par vente
- Il faut environ **500 ventes** pour atteindre **1 000 €**.

- **Redevance 35 %**

- Gain net $\approx 1,05$ € par vente
- Il faut environ **952 ventes** pour atteindre **1 000 €**.

- **Broché 60% – coût d'impression déduit**

Redevance = $(9,99 \times 0,60)$ – coût impression.

Exemples noir & blanc (estimatifs, EU) :

- **~100 pages** ($\approx 1,90$ € d'impression) $\rightarrow 4,09$ €/vente $\rightarrow$ **245 ventes**.
- **~150 pages** ($\approx 2,50$ € d'impression) $\rightarrow 3,49$ €/vente $\rightarrow$ **287 ventes**.
- **~200 pages** ($\approx 3,10$ € d'impression) $\rightarrow 2,89$ €/vente $\rightarrow$ **346 ventes**.

En suivant ce plan pas à pas, vous pouvez démarrer avec zéro stock et zéro compétence technique avancée, et atteindre rapidement vos premiers 1000 € en combinant la puissance de l'édition à la demande via Amazon KDP et la vente virale sur TikTok Shop.

La clé est de produire vite, tester beaucoup de contenu, et ajuster chaque semaine selon les résultats.

Que vous cherchiez à gagner vos premiers 1 000 \$ ou à viser plus haut, je suis là pour vous montrer que c'est possible. Cliquez sur le lien ci-dessous pour commencer dès aujourd'hui et transformons ensemble votre rêve de liberté financière en réalité. N'attendez pas — les places sont limitées, et chaque jour d'hésitation est un jour où quelqu'un d'autre se rapproche de ses objectifs.

Vous pouvez scanner ce code et rejoindre notre programme de coaching de 6 mois.



CHAPITRE 15

Éviter les erreurs courantes des débutants

Lorsque vous publiez ou utilisez la plateforme Amazon KDP, il est crucial de connaître les erreurs courantes à éviter pour maximiser vos chances de succès. En les identifiant et en les contournant, vous gagnerez un temps précieux et vous vous démarquez de la majorité des auteurs qui perdent leur compte ou qui peinent à générer des ventes.

Dans ce chapitre, nous allons explorer les erreurs les plus fréquentes à éviter avec Amazon KDP ainsi que les mesures à prendre pour protéger votre compte et maximiser vos ventes.

1. Manque de recherche de marché

Ne pas connaître votre public cible : il est crucial de comprendre qui sont vos lecteurs potentiels et ce qu'ils recherchent dans un livre.

Ignorer les tendances du marché* : les tendances du marché peuvent vous aider à identifier les genres et les sujets qui sont actuellement populaires.

2. Qualité du contenu

Contenu de faible qualité* : un contenu mal écrit, mal formaté ou contenant des erreurs peut nuire à votre réputation et à vos ventes. Manque d'édition et de relecture Une édition et une relecture approfondies sont essentielles pour garantir la qualité de votre livre.

3. Erreurs de formatage

Formatage incorrect : un formatage incorrect peut rendre votre livre difficile à lire et nuire à l'expérience du lecteur. Incompatibilité avec les appareils* :

Assurez-vous que votre livre est compatible avec les différents appareils et lecteurs d'e-books.

4. Problèmes de droits d'auteur

Violation des droits d'auteur : assurez-vous d'avoir les droits nécessaires pour utiliser tout contenu protégé par le droit d'auteur dans votre livre.

5. Stratégie de marketing inadéquate

Une promotion efficace est essentielle pour augmenter la visibilité et les ventes de votre livre. Stratégie de marketing mal ciblée : assurez-vous de cibler le bon public et d'utiliser les canaux de marketing les plus efficaces pour votre livre.

6. Problèmes avec les mots-clés et les catégories

Les mots-clés doivent être pertinents et précis pour aider les lecteurs à trouver votre livre. Choisissez les catégories les plus appropriées pour votre livre pour augmenter sa visibilité.

7. Manque de suivi et d'analyse

Ne pas suivre les ventes et les performances* : il est essentiel de suivre les ventes et les performances de votre livre pour ajuster votre stratégie. Ne pas

analyser les commentaires et les problèmes des lecteurs peut vous aider à identifier les domaines d'amélioration et à ajuster votre stratégie.

8. Problèmes avec la couverture et le titre

Couverture peu attrayante* : une couverture attrayante est essentielle pour capter l'attention des lecteurs et augmenter les ventes. Titre peu clair ou trompeur Le titre doit être clair, concis et refléter le contenu du livre.

9. Manque de patience et de persévérance

Attendre des résultats immédiats, la publication d'un livre sur Amazon KDP nécessite du temps et de la patience. Abandonner trop tôt, il est essentiel de persévérer et d'ajuster votre stratégie pour atteindre vos objectifs.

10. Ignorer les règles et les directives d'Amazon

Ne pas respecter les règles de contenu : assurez-vous de respecter les règles de contenu d'Amazon pour éviter les problèmes avec votre compte. Ignorer les mises à jour des règles, restez informé des mises à jour des règles et des directives d'Amazon pour éviter les problèmes.

11. Erreurs qui peuvent bloquer votre compte

Contenu explicite ou offensant : publier du contenu explicite ou offensant peut entraîner la suspension ou la fermeture de votre compte. La violation des droits d'auteur peut entraîner des problèmes avec Amazon et potentiellement bloquer votre compte.

Fraude ou manipulation : toute tentative de fraude ou de manipulation des ventes, des avis ou des classements peut entraîner la suspension ou la fermeture de votre compte.

12. Fixer un prix inadapté

Beaucoup d'auteurs débutants mettent leur livre trop cher (ce qui décourage les acheteurs) ou trop bas (ce qui réduit la valeur perçue et leurs marges). Le prix doit être ajusté selon la taille du livre, le genre, et le marché.

13. Ne pas optimiser la description du livre

Une description trop courte, sans mise en forme, ou mal rédigée peut tuer vos ventes. La description est l'équivalent de votre « page de vente » sur Amazon : elle doit convaincre, rassurer et donner envie d'acheter.

14. Publier trop vite sans stratégie

Certains auteurs veulent publier un maximum de livres rapidement sans soigner la qualité. Résultat : beaucoup de livres qui ne se vendent pas, et une perte de crédibilité. Il vaut mieux un livre bien pensé que dix bâclés.

15. Négliger les avis clients

Les débutants oublient souvent l'importance des avis : ne pas inciter (de manière éthique) les lecteurs à laisser un commentaire = grosse erreur. Les avis influencent directement l'algorithme et la confiance des nouveaux acheteurs.

16. Ne pas construire une audience en dehors d'Amazon

Beaucoup d'auteurs dépendent uniquement d'Amazon pour vendre. Or, bâtir une audience (newsletter, réseaux sociaux, blog, chaîne YouTube etc) vous permet d'avoir un levier supplémentaire pour générer des ventes et ne pas dépendre uniquement de la plateforme.

- Informations de compte incorrectes : fournir des informations de compte incorrectes ou trompeuses peut entraîner des problèmes avec votre compte.
- Non-respect des politiques d'Amazon : ignorer ou ne pas respecter les politiques d'Amazon peut entraîner des problèmes avec votre compte.

La liste des erreurs n'est pas exhaustive. En évitant les erreurs courantes et en respectant les règles et les directives d'Amazon, vous minimisez les risques de perdre votre compte Amazon KDP et maximisez vos chances de succès sur la plateforme.

CHAPITRE 16

Les autres plateformes pour publier vos livres

Quand on parle de publication de livres numériques ou papier, la première plateforme qui vient à l'esprit est presque toujours **Amazon KDP**. Et c'est normal : Amazon domine largement le marché, attire des millions de lecteurs chaque jour et propose un système relativement simple pour publier et vendre. Mais limiter sa stratégie uniquement à KDP, c'est comme mettre ses œufs dans un seul panier, il est important de pouvoir diversifier les plateformes.

Dans ce chapitre, nous allons explorer d'autres plateformes de publication et de distribution qui peuvent compléter Amazon KDP et vous permettre d'augmenter vos ventes, de diversifier vos revenus et de toucher un public beaucoup plus large.

1. Kobo Writing Life

Kobo est l'un des grands concurrents d'Amazon, surtout présent au Canada et en Europe. Grâce à son programme **Kobo Writing Life**, les auteurs indépendants peuvent publier directement leurs livres numériques.

- **Avantages :**
 - Kobo est très populaire au Canada et dans plusieurs pays européens.
 - Possibilité de fixer son prix librement.
 - Promotion possible via des partenariats avec la FNAC (en France).

- **Inconvénients :**

- Moins de trafic global qu'Amazon.
- Nécessite de travailler davantage sur la visibilité.

2. Apple Books

Apple a sa propre plateforme de livres numériques : **Apple Books**, disponible sur iPhone, iPad et Mac.

- **Avantages :**

- Accès direct aux utilisateurs Apple, un public fidèle et souvent prêt à payer.
- Interface claire et simple.
- Possibilité de proposer vos livres dans de nombreux pays.

- **Inconvénients :**

- Nécessite un compte Apple spécifique pour publier.
- Moins de flexibilité que KDP en termes de promotion.

3. Google Play Books

Google n'est pas en reste. Sa plateforme **Google Play Books** permet aux auteurs de proposer des ebooks accessibles depuis Android et le web.

- **Avantages :**

- Large diffusion grâce à Android (des milliards d'utilisateurs).
- Excellente visibilité sur Google.
- Possibilité de proposer des extraits visibles directement dans les résultats de recherche.

- **Inconvénients :**

- Interface de publication parfois moins intuitive.
- Les prix sont parfois ajustés automatiquement, ce qui peut gêner certains auteurs.

4. Barnes & Noble Press

Aux États-Unis, **Barnes & Noble** reste un acteur important. Leur plateforme **Barnes & Noble Press** permet aux auteurs indépendants de publier des ebooks et même des livres papier.

- **Avantages :**

- Grande visibilité auprès du public américain.
- Publication simple.

- Possibilité d'imprimer en version papier.

- **Inconvénients :**

- Réservé principalement au marché américain.
- Peu connu en Europe.

5. Smashwords (fusionné avec Draft2Digital)

Smashwords a longtemps été la référence pour distribuer un ebook partout. Aujourd'hui, il a fusionné avec **Draft2Digital (D2D)**, une plateforme qui facilite la distribution multicanaux.

- **Avantages :**

- En publiant via D2D, votre livre est distribué sur plusieurs librairies en même temps (Apple, Kobo, Barnes & Noble, etc.).
- Formatage automatique très pratique.
- Bon service client.

- **Inconvénients :**

- Une petite commission est prélevée sur vos ventes.
- Moins de contrôle direct sur certaines plateformes.

6. Lulu

Si vous souhaitez surtout publier des livres papier en impression à la demande, **Lulu** est une excellente option.

- **Avantages :**

- Impression à la demande avec de nombreux formats disponibles.
- Distribution possible sur Amazon, Barnes & Noble, etc.
- Idéal pour les livres illustrés ou les projets plus spécifiques.

- **Inconvénients :**

- Frais d'impression plus élevés que sur KDP.
- Moins adapté pour les ebooks simples.

7. Publier directement chez des libraires locaux

Enfin, n'oubliez pas les **librairies locales**. Certaines offrent la possibilité aux auteurs indépendants de proposer leurs livres via leur site ou en rayon. Cela demande un effort de prospection, mais peut être un excellent moyen de construire une audience locale fidèle.

Comment choisir la bonne plateforme ?

Tout dépend de vos objectifs :

Si vous voulez une diffusion mondiale rapide : Amazon KDP + Draft2Digital.

Si vous visez surtout l'Europe : Kobo + Apple Books.

Si vous ciblez les États-Unis : Barnes & Noble + Amazon.

Si vous misez sur le papier : KDP + Lulu.

Se limiter à Amazon KDP, c'est se fermer des portes. Chaque plateforme attire un type de lecteur différent. Certains lisent uniquement sur Kobo, d'autres n'achètent que sur Apple Books ou Google Play. En diversifiant vos canaux, vous augmentez vos chances de vendre plus, d'être découvert par de nouveaux lecteurs et surtout de bâtir une carrière durable.

La meilleure stratégie ? Publier sur Amazon **et** ajouter progressivement d'autres plateformes. Ainsi, vous ne dépendez pas d'un seul géant et vous protégez vos revenus à long terme.

Félicitations ! Si tu es arrivé jusqu'ici, cela signifie que tu as pris le temps d'apprendre, de comprendre et de t'armer des meilleures stratégies pour réussir sur Amazon KDP. Ce livre a été conçu pour t'offrir une vision claire, structurée et pratique de ce qu'il faut réellement mettre en place pour générer des revenus significatifs avec l'auto-édition.

Tu as découvert :

- Comment choisir une niche rentable.

- Comment créer un livre de qualité, même sans être un écrivain professionnel.
- Comment publier efficacement sur Amazon KDP.
- Comment utiliser l'intelligence artificielle pour booster ta productivité.
- Comment utiliser les publicités Amazon (AMS) de manière stratégique.
- Et surtout, comment diversifier tes sources de revenus pour bâtir un business solide sur le long terme.

Mais souviens-toi d'une chose importante : le succès ne vient pas du jour au lendemain. Il est le fruit de la persévérance, des tests, de l'échec parfois, et surtout de l'apprentissage continu. Tu rencontreras des obstacles. Tu auras des doutes. Tu feras face à des critiques ou des périodes sans ventes. Mais c'est dans ces moments-là que les véritables entrepreneurs se distinguent.

L'auto-édition n'est pas simplement un business passif où l'on publie un livre et on attend l'argent. C'est un véritable projet entrepreneurial. Et comme tout projet entrepreneurial, il demande un état d'esprit fort, une vision claire, et un engagement à long terme.

Ce que tu dois retenir :

1. Publie régulièrement. Un livre ne fera pas ta fortune. Mais une collection bien pensée peut changer ta vie.
2. Apprends en continu. Le marché évolue. Ce qui fonctionne aujourd'hui pourrait être obsolète demain. Reste curieux.

3. Optimise toujours. Titre, description, couverture, publicité... chaque détail compte.
4. Diversifie tes revenus. Ne mise pas tout sur une seule plateforme. Construis ton propre écosystème.
5. Crois en toi. Tu n'as pas besoin d'être expert, tu as besoin d'être engagé.

Ce livre t'a donné les outils. À toi maintenant de les utiliser, de les adapter à ton style, et de bâtir ta propre success story. Tu es au début d'un parcours passionnant. Et chaque livre que tu publieras te rapprochera un peu plus de ton objectif.

Alors publie. Apprends. Améliore. Répète.

Et n'oublie jamais : tu es capable de passer de 0 à 10K. Et bien plus encore.

Merci d'avoir lu ce livre. Le prochain chapitre de ton aventure s'écrit avec ton action.

Bonus voici les niches les plus rentables

Voici une liste complète de plus de 150 idées de niches, classées pour une navigation plus facile.

N'oubliez pas de mener vos propres recherches sur chaque niche qui attire votre attention afin de valider son potentiel actuel.

Partie 1 : Les Merveilles du Low-Content & Medium-Content

Ces livres nécessitent généralement moins d'écriture et se concentrent davantage sur le design, la mise en page ou les invités. Ils peuvent être mis sur le marché plus rapidement, mais exigent souvent un volume de ventes ou un ciblage très précis pour être réellement rentables, en raison de la concurrence.

Journaux & Planners

- Agendas quotidiens (datés / non datés)
- Carnets de gratitude
- Carnets de mots de passe
- Carnets de recettes personnelles
- Trackers de fitness & journaux d'entraînement
- Planners de repas & listes de courses
- Budgets & trackers de dépenses
- Carnets de voyage & planners
- Journaux de grossesse
- Albums souvenirs bébé & journaux de première année
- Planners de mariage & livres d'or
- Carnets d'objectifs

- Journaux de méditation et pleine conscience
- Carnets de prière & dévotionnels
- Carnets d'affirmations positives
- Trackers d'humeur
- Trackers d'habitudes
- Journaux de rêves
- Planners de soins personnels
- Journaux de santé mentale & bien-être
- Cahiers de planification de projets
- Journaux de listes de rêves (bucket list)
- Carnets de jardinage
- Journaux d'observation des oiseaux
- Carnets de dégustation (vin, bière artisanale)
- Carnets de lecture & critiques de livres
- Planners pour parents/élèves en homeschooling
- Carnets d'idées & de brainstorming

- Carnets de notes de sermons
- Carnets de citations inspirantes

Livres d'Activités & de Jeux

- Livres de coloriage pour adultes (mandalas, animaux, motifs, gros mots)
- Livres de coloriage pour enfants (dinosaures, licornes, espace, véhicules)
- Livres de coloriage pour tout-petits (formes simples, premiers mots)
- Cahiers à points (bullet journal)
- Cahiers à petits carreaux (maths, design)
- Cahiers lignés (thématiques : étudiants, écrivains)
- Cahiers de bandes dessinées (trames vierges)
- Livres de pratique de calligraphie & lettering
- Livres d'écriture manuscrite (cursive, imprimée, enfants/adultes)
- Sudoku (tous niveaux)
- Mots croisés (thématiques, grands caractères)
- Mots mêlés (thématiques, grands caractères pour seniors)

- Labyrinthes (enfants & adultes)
- Livres d'activités enfants (points à relier, découpage, associations)
- Puzzles logiques (nonogrammes, kakuro)
- Feuilles de score Scrabble & listes de mots
- Cryptogrammes
- “Tu préfères ?” (Would You Rather) pour enfants/familles
- Livres “I Spy” pour tout-petits
- Papier musique (portées vierges)

Carnets & Trackers Spécialisés

- Carnets d'entretien automobile
- Journaux de suivi pour animaux (santé, soins)
- Carnets de pêche
- Journaux de chasse
- Carnets de collectionneurs (pièces, timbres)
- Carnets de glycémie
- Carnets de tension artérielle

- Carnets de suivi de médicaments
- Carnets d'inventaire (petits commerces)
- Carnets kilométriques (fiscalité)
- Registres visiteurs
- Carnets de rappels de mots de passe (autres designs)
- Cahiers de tablatures guitare
- Carnets d'apiculture

Partie 2 : Niches Non-Fiction à Forte Demande

Ces livres demandent un contenu plus consistant, des recherches et une certaine expertise. Ils résolvent souvent des problèmes, enseignent des compétences ou apportent des informations approfondies.

Développement Personnel & Croissance

- Finances personnelles & budget pour Millennials/Gen Z
- Investissement pour débutants (actions, ETF, fonds indiciels)
- Immobilier (flipping, location)
- Cryptomonnaies & DeFi simplifiées
- Surmonter la procrastination & développer la discipline

- Pleine conscience pour l'anxiété & le stress
- Confiance en soi & estime de soi
- Charisme & compétences sociales
- Stoïcisme moderne
- Minimalisme & vie intentionnelle
- Gestion du temps & productivité
- Relations (amour, mariage, famille)
- Guides parentaux (âges ou défis spécifiques : crises de tout-petits, ados)
- Psychologie positive & habitudes du bonheur
- Intelligence émotionnelle

Compétences, Loisirs & Artisanat

- Guides de loisirs créatifs (crochet, amigurumi, macramé)
- Couture débutants (vêtements, déco maison)
- Projets de menuiserie simples
- Bricolage & amélioration maison
- Jardinage (bio, en pot, potager, herbes)

- Techniques de survie & bushcraft
- Apprentissage instruments (guitare, piano, ukulélé)
- Photographie & vidéo smartphone
- Écriture créative (prompts, genres)
- Dessin & croquis (portraits, manga, anime)
- Programmation pour débutants (Python, JavaScript)
- Apprentissage des langues (espagnol, japonais voyageurs)
- Prise de parole en public
- Lecture rapide
- Calligraphie & brush lettering
- Fabrication de savons & bougies
- Tricot, patchwork
- Bonsaï pour débutants
- Astrophotographie amateur
- Cueillette de plantes sauvages comestibles

Santé, Bien-être & Mode de Vie

- Livres de cuisine spécifiques (keto, paléo, vegan, sans gluten, méditerranéen)
- Jeûne intermittent (guides & plans de repas)
- Smoothies & jus sains
- Programmes sportifs à la maison
- Yoga (seniors, mal de dos, débutants)
- Remèdes naturels & phytothérapie (recherchés)
- Santé mentale & stratégies d'adaptation
- Amélioration du sommeil
- Livres de cuisine spécialisés (air fryer, Instant Pot, pain au levain)
- Nutrition pour athlètes vegan/végé
- Santé intestinale & probiotiques
- Désencombrement & organisation maison (méthode KonMari)
- Vie durable & zéro déchet
- Guides de soins animaux (races spécifiques, problèmes courants)
- Guides de voyage (budget, aventure, régions, digital nomads)

Business, Finance & Éducation

- Création de petites entreprises (en ligne ou locales)
- E-commerce & dropshipping
- Marketing d'affiliation
- Marketing réseaux sociaux (Instagram, TikTok, Pinterest)
- Freelance (trouver des clients, fixer ses tarifs)
- Trading (day trading, swing trading – avec avertissements)
- Guides & cahiers pédagogiques homeschooling (matières/niveaux spécifiques)
- CV & préparation aux entretiens
- Compétences d'étude & préparation examens (SAT, GRE...)
- Introduction à l'IA & au machine learning
- Événements ou figures historiques oubliés
- Civilisations anciennes vulgarisées
- Sciences populaires (physique, biologie)
- True Crime (enquêtes spécifiques, thématiques)
- Biographies de personnalités méconnues

Partie 3 : Mondes de Fiction Captivants

La fiction repose sur le storytelling, le développement des personnages et les codes de genre. Construire un lectorat passe souvent par les séries et la régularité.

Romance & Relations

- Romance contemporaine (douce à torride)
- Romance milliardaires / alpha males
- Romance paranormale (vampires, loups-garous, sorcières)
- Romance historique (Régence, Victorien, Highlanders)
- Romance suspense
- Romance sombre (attention aux règles Amazon)
- Romance SF (aliens, futur)
- Romance fantasy (fées, dragons, mondes magiques)
- Romance LGBTQ+

Mystère, Thriller & Suspense

- Cozy mysteries (enquêteurs amateurs, ambiance légère)
- Procédures policières & détectives

- Thrillers psychologiques
- Thrillers juridiques
- Espionnage
- Techno-thrillers

Fantasy & Science-Fiction

- Fantasy épique (mondes, systèmes de magie)
- Fantasy urbaine (magie contemporaine)
- Space opera
- Cyberpunk & dystopies
- SF militaire
- LitRPG & GameLit
- Fantasy de portail

Autres Catégories Fiction

- Jeunesse (mondes imaginaires, magie, quêtes épiques)
- Romans enfants (6-10 ans, premiers lecteurs)

- Horreur (surnaturelle, psychologique, cosmique)
- Fiction historique (hors romance)
- Westerns (classiques ou modernes)
- Fiction littéraire (centrée sur personnages & thèmes)
- Fiction féminine
- Nouvelles (recueils thématiques)
- Romans graphiques (nécessite illustration ou collaboration)

Cher lecteur ou lectrice!

Merci d'avoir pris le temps de lire ce livre. J'espère qu'il t'a été utile et agréable.

Si tu as aimé cette lecture, ou si tu souhaites partager ton ressenti, laisse-moi un avis sur Amazon.

Ton retour, même court, est très précieux :

- il m'aide à améliorer mes prochains livres,
- il aide d'autres lecteurs à découvrir ce livre,
- et il me motive à continuer à écrire pour toi.

Pour laisser ton avis, rends-toi simplement sur la page Amazon de ce livre et clique sur « Écrire un commentaire ».

Merci infiniment pour ton soutien